

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2).
- Ahmad Darwisy, R. (2022). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, Dan Brand Association* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pupuk Phonska Plus (Studi pada konsumen UD Surya Tani Madiun) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Asra, Abuzar. (2019). "*Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*". Edisi 2. Depok : PT. Rajagrafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Delgado-Ballester, E., dan Munuera-Aleman, J. L, "Does Brand Trust Matter to Brand Equity" (The Journal of Product and Brand Management, 2004).
- Fitria Ajeng Sulistyowati. Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Brand Attitude Produk Pureit dari Uniliver, (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 1, Nomor 2, Universitas Brawijaya, 2012.
- Ghealita, V. (2015). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek Aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 4(1).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jatmiko, J., & Setyawati, R. L. (2015). Pengaruh Brand Positioning dan Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 6(02), 78027
- Junia, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(4), 360-363.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 15. Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Lau Geok, dkk. Consumers Trust In ABrand and TheLink to Brand Loyalty. (Jurnal of Market Focused Management. 2000)

- Mandasari, N. (2020). Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk Dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (*Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo*) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Memey, M., & Siagian, H. L. (2019). Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis (JTIMB)*, 2(1), 49-71.
- Muhammad, F. Pengaruh Brand Positioning Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti “Unyil” Venus.
- Rusdiana, E. (2022). Pengaruh *Brand Association*, *Brand Equity*, Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ban Sepeda Motor Merek Irc Di Ponorogo) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Stanley Lemeshow et. al., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), hlm. 2
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Bayumedia.
- Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2014). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1-15.
- Yesi Purnamasari. “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Turst, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Lion Air Pada PT. Global Mitra Wisata Kota Bengkulu “. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2017)