

## DAFTAR PUSTAKA

- Albushairi, s. A. H. N. & r. A. (2018). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)* Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA
- Apriani, m. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Referencegroup terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Maskara Maybelline (Studi Pada Mahasiswi S-1 Universitas Brawijaya Malang)*. [Http://repository.ub.ac.id/id/eprint/170104](http://repository.ub.ac.id/id/eprint/170104)
- Assauri, s. (2018). *Marketing Business Management. First printing, publisher: rajawali pers, depok.*
- Bigler, t., Kammermann, m., & Baumann, p. (2023). A matheuristic for a customer assignment problem in direct marketing. *European journal of operational research*, 304(2), 689–708. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2022.04.009>
- Dewi, i. G. A. D. P., & Yulianthini, n. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardahdi Kecamatan Buleleng. *Jurnalpendidikanekonomi undiksha*, 13.
- Hakim, m., Lukitaningsih, a., & Susanto. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. In *jurnal ekobis dewantara* (vol. 2, issue 3).
- Halim Fitria, k. A. E. M. S. A. P. B. S. D. P. H. N. Vina. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (watrianthos ronal, ed.). Yayasan kita menulis.
- Jodi, i. W. G. A., & Adhika i nyoman resa. (2019). Pengaruh Promosi Dengan Celebrity Endorseterhadap Brand Trust Dan Minat Beli Konsumenpada Bidang Usaha Online Shop Pakaianperempuan Di Denpasar(Study Pada Dinda Fashionbali ). *Jurnal magister manajemen universitas mataram*.
- Kotler, p., & Keller, k. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson boston, ma.
- Krismanita Elga, Wiska Mayroza, & Purwanto Kelik. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal revolusi indonesia*, 2, 128–142.
- Kumar, S., Talwar, S., Krishnan, S., Kaur, P., & Dhir, A. (2021). Purchasing natural personal care products in the era of fake news? The moderation effect of brand trust. *Journal of retailing and consumer services*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102668>
- Liu, Y., & Chen, Y. (2023). *Frontiers in business, economics and management a study on the influence of face consciousness on sichuan wine purchase intention-regulatory effect of reference group influence*.
- Marc Lim, W. (2023). Transformative marketing in the new normal: a novel practice-scholarly integrative review of business-to-business marketing mix challenges,

- opportunities, and solutions. *Journal of business research*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113638>
- Muhtarom, A., Rafikah zulyanti, N., & Wigiarti Ningtiyas, c. (2022). *Analisis Iklan, Kepercayaan Merk, Harga, Promosi, Dan Lifestyle Di Era Digital Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Lazada Di Masa Kebiasaan Baru (Studi Pt Citra Adi Sarana Indonesia)*.
- Mustika Hapsari, F., & Setya Marwati, f. (2022). Pengaruh Brand Trust, Media Sosial Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli. *Online) jurnal manajemen*, 14(1), 91–97. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10747>
- Nasib, Tambunan Debera, & Syaifullah. (2021). *Perilaku Konsumen* (m. Hasan, ed.). Nuta media.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Ep press digimedia.
- Nguyen, n. H., Kien Dao, t., Duong, t. T., Nguyen, t. T., Nguyen, v. K., & Dao, t. L. (2023). Role of consumer ethnocentrism on purchase intention toward foreign products: evidence from data of vietnamese consumers with chinese products. *Heliyon*, 9(2). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13069>
- Purnomo, r. A., & Merona, s. P. (2018). *Analisis statistik dengan spss* (pertama). Unmuh ponorogo press.
- Putri, b. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas peternakan universitas udanaya.
- Rahman, m. A. (2018). *Iklan, Brand Trust Dan Brand Image Sebagai Determinan Dalam Memilih Kampus Uin Alauddin Makassar*.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (mutmainnah, ed.). Alaudin university press.
- Ridwanudin, r., & Hanifa, f. H. (2019). *The influence of brand image and brand trust on purchase intention daihatsu grand new xenia in bandung 2019*. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)
- Rollins, n., Piwoz, e., Baker, p., Kingston, g., Mabaso, k. M., Mccoy, D., Ribeiro neves, p. A., Pérez-Escamilla, r., Richter, l., Russ, k., Sen, g., Tomori, c., Victora, c. G., Zambrano, p., & Hastings, g. (2023). Marketing of commercial milk formula: a system to capture parents, communities, science, and policy. In *the lancet breastfeeding series group* (vol. 401, issue 10375, pp. 486–502). Elsevier b.v. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(22\)01931-6](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(22)01931-6)
- Salangka, d. B. M., Massie, j. D. D., Billy, d., Salangka, m., Massie, j. D. D., Tampenawas, j. L. A., Ekonomi, f., Bisnis, d., Universitas, j. M., & Ratulangi, s. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphonesmartphone. *Jurnal emba*, 5(3), 3714–3723. [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id)
- Sandala, f. D., Tumbel, a. L., & Tampenawas, j. La. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. In *878 jurnal emba* (vol. 9, issue 1).
- Santoso, s. (2011). *Statiska*. Umpo press jalan budi utomo no. 10.

- Septian Panglipurningrum, y., Dwi sulistiyani, r., & Novita Dewi, s. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Brand Image Dan Brand Trust (studi pada konsumen tenun ikat “arimbi” kabupaten sragen). In ..... *buletin ekonomi* (vol. 16, issue 1).
- Shanti Mardhatillah. (2016). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Reference Group Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstik Wardah Di Kota Malang. *Jurnal ilmiah mahasiswa feb*, 3. <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d.* (sugiyono, ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d.* . Alfabeta. .
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk penelitian* (sugiyono, ed.). Alfabeta.
- Syreishchikova, n. V., Pimenov, d. Y., Yaroslavova, e. N., Gupta, m. K., Sharma, s., & Giasin, k. (2021). Product quality planning in laser metal processing based on open innovation using quality function deployment. *Journal of open innovation: technology, market, and complexity*, 7(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc7040240>
- Taufik, a., & Efendi, b. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Layanan Purna Jual Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Pcx Di Kabupaten Wonosobo (Studi: Pada Kompo Motor Wonosobo). *Jurnal akuntansi, manajemen & perbankan syariah*, 2(4).
- Tjiptono, f., & Diana, a. (2016). *Marketing essentials and applications*. Yogyakarta: cv andi offset.
- Yuliati farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Yulizyar Ismayudin, & Hakim Andi. (2020). Kontribusi Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphonemerek Xiaomi. *Dynamic management journal*, vol. 4 no. 2. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v4i2.3988>