

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak *Brand Image* , *Brand Equity* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(1), 406–413.
<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Rineka Cipta.
- Ariszani, M., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 1–6.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*.
- Dr. Mahyarni. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal EL-RİYASAH*, 4, 13–19.
- Fauziyah, S. (2016). PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH (Survey Konsumen Pada PT. Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 3(2), 1–9.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Fitriana, Sudodo Yandri, H. L. 2019. (2019). (Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Ismanti, K. (2023). Analisis Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM di Depok. *Sosio E-Kons*, 15(1), 118. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v15i1.16303>
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga (ed.); Edisi 12).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (ketujuh). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2017). *Marketing Manajement* (15th Editi).
- Kusumadilaga, R. (2010). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING* (Vol. 11, Issue 2).
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Ni Made, & I Ketut. (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(11), 3909–3935.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Pristiawan, H. E., Mariah, M., & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i1.2865>
- Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. S. (2015). Model Keputusan Konsumen dan Strategi Pemasaran. *Perilaku Konsumen*, 2 Cetakan, 1–465.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust*

Terhadap *Brand Loyalty* Telkomsel. *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 3(1), 1–7.

Santoso, S. (2013). *Statistik Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Umpo Press.

Sari, N., & Widowati, R. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59–79. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/629>

Sugiono. (2017). *etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (pp. III–434).

Suryaningrum, I., & Sumitro, S. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Attachment, Brand Trust, terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Institut Stiami Cempaka Putih)*. 1(2).

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*

