

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Al-Qur'an dan Terjemahnya. (2020). Jakarta: Departemen Agama R.

Aaker, D., A. 1991. Managing Brand Equity, Capitalizing on the value of a brand name. New YorkFreePress. Vol.10, No.2(12).
<http://www.seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewFile/295/302>. Accessed on August 27th 2013. Pp. 144.

Aaker, D. A. (2008). Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.

Aji, H M. (2019). Manajemen Pemasaran Syariah. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Anwar, M., & Andrean, D. (2021, January). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. In *4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)* (pp. 78-82). Atlantis Press.

Atmaja, N. P. C. D., & Menuh, N. N. (2019). Peran Mediasi Brand Trust Pada Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Prosiding*, (1), 1-12.

Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1).

- Brucks, Merrie, Valarie Zeithaml and Gillian Naylor. 2000. Price and Brand Name as Indicators of Quality Dimensions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (3), 359-374.
- Delgado-Ballester, E., dan Munuera-Aleman, J. L. 2004, "Does Brand Trust Matter to Brand Equity", *The Journal of Product and Brand Management*, 2004
- Delgado, Elena and Manuera. (2005), "Does Brand Trust Matter to Brand Equity?", *The Journal of Product and Brand Management*, Vol. 14 No.2/3, pp. 187-196.
- Durianto, D., (2004). *Brand Equity : Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson
- Izzati, R. R. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 15-24.
- Kayaman, Ruchan and Huseyin Arasli. 2007. Customer Based Brand Equity: Evidence from the Hotel Industry. *Journal of Service Management*, 17(1), 92–109
- Kotler, Philip, 1996. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1, Edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Krisno, Daniel dan Hatane Samuel. 2013. Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction di Informa

Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Kristen Petra, Surabaya

Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh perceived quality terhadap brand loyalty melalui mediasi brand image dan brand trust. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).

Lailiyah, N. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen Fast Food McDonald's di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Lalujan, D. I. (2016). Analyzing The Influence of Brand Image, Perceived Price and Perceived Quality on Consumer Buying Decision of Low Cost Green Car (Case)

Latan, H. dan Ghozali, I. (2017). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 5.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Study of: Astra Toyota Agya At Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).

Lau G.T and S.H. Lee, 1999. Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*. Vol 31, pp 341 – 370.

Maindoka, R., Lopian, J., & Tumewu, F. (2014). Brand Image and Perceived Quality on Consumer Buying Decision of Samsung Mobile Phone in

Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).

Prabowo, A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Brand Loyalty pada Air Meneral Aqua.

Pratama, D. P., Nugraha, H. S., & Suryoko, S. (2014). Pengaruh Threat Emotions, Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Actifit. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 63-72.

Pratiwi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRIYA IB HASANAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.

Prof. Dr. Siswoyo Haryono (2017) *Metode SEM untuk penelitian manajemen, AMOS, LISREL PLS PT Luxima metro media 2017*

Qomariah, Adisty Dinarul. 2011. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Perannya Dalam Loyalitas Konsumen. [skripsi]. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.

- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2012). Statistika Untuk Penelitian. Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam konsumen). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suprpti, L., & IDRIS, I. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Organizational Association, Dan Perceived Quality Terhadap keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pemilik Sepeda Motor Yamaha Mio CW di Harpindo Semarang)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Surachman, “Dasar-dasar Manajemen Merek”, Bayumedia Publishing Malang, 2008
- Sutisna, 2003. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko, 1987. Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPF.
- Yamin, Sofyan, rachmach, L.A., Kurniawan, H. (2011). Dalam Regresi dan Korelasi Dalam Genggaman Anda. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). Statistika Penelitian; Plus Tutorial SPSS. Innosain.

- Werang, B. R. (2015). Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial. Calpulis.
- Wijaya, T. (2013). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik. Graha Ilmu.
- Wijayanto, Setyo Hari. (2008). Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Winnie, K. Prediksi Brand Experience Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty: Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 501-509.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo and Dwayne D. Gremler. 2013. Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm, 6th Edition. New York: McGraw-Hill Irwin
- Zeithaml, V. 1988. Consumer Perceptions of price, quality and value: A means end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo and Dwayne D. Gremler. 2013. Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm, 6th Edition. New York: McGraw-Hill Irwin.