

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Auliyanti. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi Kasus Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang)*.
- Basu, Swastha (2007), *Manajemen pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*.
- Citra, T., Suryono, D., & Santoso, B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(2), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Dastan, I., & Gecti, F. (2014). *Relationships among Utilitarian and Hedonic Values, Brand Affect and Brand Trust in the Smartphone Industry*. *Journal of Management Research*, 6(2), 124. <https://doi.org/10.5296/jmr.v6i2.5261>
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*

- (Edisi 8) (Cetakan VI). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Goh, S. K., Jiang, N., & Tee, P. L. (2016). International Review of Management and Marketing The Impact of Brand trust, Self-image Congruence and Usage Satisfaction toward Smartphone Repurchase Intention. *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 436–441. <http://www.econjournals.com>
- Guntur, E.M. (2010). Transformasi Manajemn Pemasaran Membangun Citra Negara. Edisi 1. Jakarta: Sagung Seto.
- Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Harini. (2008). *Pengantar Makro Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasana, S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kecamatan Kalianget. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 177–184.
- Khundyz, Z. (2018). *The Influence Factors of Brand Loyalty: Mobile Phone Industry*. *American Journal of Industrial and Business Management*, 08(06), 1624–1633. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.86108>
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Erlangga.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi

- Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128–136.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs Mataharimall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–8.
- Madeline, & Sihombing. (2019). The Impacts of Brand Experiences on Brand Love, Brand Trust, and Brand Loyalty: an Empirical Study. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. In *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* (Vol. 2, Issue 2).
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1950>
- Philip, K. & Amstrong, G. (2006). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 12, Jakarta: Erlangga.
- Putri, N., AY, B., & Sarsono, S. (2021). Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Luwes Gentan (Brand Image, Brand Trust, And Product Quality To Purchase Decision For Dettol Hand Sanitizer During-19 Pande. *JURNAL EKBIS*, 22, 69. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.698>
- Riadi, M. (2020). Brand Trust (Pengertian, Indikator, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi). Diakses pada 4/28/2022, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/brand-trust-kepercayaan-merek.html>
- Rusydi, M. (2017). Customer Excellence, Yogyakarta: Gosyen Publishing.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Suryati, L. 2015, *Manajemen Pemasaran*, Sleman: Budi Utama.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukeri, M. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Tjiptono. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset
- Winata, E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Hp Vivo Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(2), 421–429.