

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, Dan Hartono, Jogiyanto. (2017). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. No.; Penerbit ANDI
- Abdi, L. P., & Supriono, S. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik (Studi Kasus di No. Electrolux Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 67(1), 62–71.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377-386.
- Ferdinand, A. (2014a). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014b). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2014a). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*.
- Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2016a). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing* (No. Inovasi Pratama Internasional, Ed.).
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2016b). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing* (N. SP.MM, Ed.; 1st ed., Vol. 15, Issue 2). No. Inovasi Pratama Internasional.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) Third Edition*. SAGE Publications.

- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural Equation Modeling: Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Intermedia Personalia Utama.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2020). *Principles of Marketing, 8th European Edition* (8th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, K. (2022a). *Marketing Management* (Sixteenth). Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, K. (2022b). *Marketing Management* (Sixteenth). Pearson.
- Meithiana, & Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Noor, J. (2014a). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen* (2nd ed.) No. *Grasindo*.
- Noor, J. (2014b). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen* (2nd ed.) No. *Grasindo*.
- Pandean, A. V., & Budiono, H. (2021). Brand Image Dan Brand Experience Untuk Memprediksi Brand Loyalty Mcdonald's Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 156. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11300>
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010a). Consumer Behavior Marketing. In *Mc Graw*.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010b). Consumer Behavior Marketing. In *Mc Graw*.
- Rijadi, M. F., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(1).
- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM)*.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2020). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset* (I. Gautama (ed.); 2nd ed.). Penerbit Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumen Behaviour*.

- Sholikah, Mundzir, A., Y. N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Ardiansyah, T. E., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Pujiastuti, N. S., & Rahajeng, E. (2021). Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan. In *Insan*.
- Solomon, M. R. (2020a). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (Thirteenth). Pearson.
- Solomon, M. R. (2020b). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (Thirteenth). Pearson.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*.
- Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn No.). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas No. Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Wicaksana, S. A., Lunadevy, S. A., Mita, T. L., Soedira, V. G., Kartika, M. H., & Putri, D. N. W. (2022). *Perilaku Konsumen Kunci memenangkan bisnis*.
- Yusnaeni. (2019a). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo*. 8(5), 55.
- Yusnaeni. (2019b). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo*. 8(5), 55.