

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. M., & Magdalena, M. (2023). Customer Engagement dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Toko Miss Glam Padang. *Jurnal MiraiManagement*, 326(3), 326–335.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/5699>
- Angelina, N., & Supriyono. (2024). Pengaruh Customer Experience dan Brand Trust Terhadap Repurchase Experience Intention Pada Customer CGV di Surabaya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3).
- Anjaswati, D. P., & Istiyanto, B. (2023). Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 51–61. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>
- Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). Trust and Loyalty in Building the Brand Relationship with the Customer: Empirical Analysis in a Retail Chain in Northern Brazil. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3).
<https://doi.org/10.3390/joitmc8030109>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023). Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan*, 2, 189–199.
- Fatmawati, A., Christina, B. A., & Murtiasari, E. (2021). Analisis Kesuksesan Siap BOS (Sistem Aplikasi Pengelolaan Bantauan Operasional Sekolah) Di Kabupaten Blora. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1) 143-158.
<https://jurnal.polines.ac.id/index.php/akunbisnis/article/view/3620>
- Fattah Al-azzam, A., & Al-mizeed, K. (2021). The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *Journal of Asian Finance*, 8(5), 455–0463.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0455>
- Hafief Ardhyha Bakas, R.R Wening ken Widodasih, & SBR, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's Di Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1221–1230. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1277>
- Hair, J. F., G. T. M, R. C. M., & M, S. (2024). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). In *Sage Publications*.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Humanitech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(1).
<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/view/1695>
- Hermawan, R., Kusyeni, R., Dr. Saifullah, & Kurniawa, D. (2023). *Perilaku Konsumen 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Hidayat, E. N., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Garut Kota. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 3(1), 331–338.
<https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper>

- Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., Nadine Aurelia, A., & Sarag Maesaroh, S. (2024). Dampak Gerakan Boikot Pada Produk McDonald's Indonesia Melalui Analisis Citra Merek, Loyalitas Konsumen, dan Minat Beli. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 19150–19163. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Humala Sitorus, D. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Merek Philips. 4(7) https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/4947/2721
- Intan Kusnuariyanti, N., Ratnanto, S., Nusantara PGRI Kediri Jl Ahmad Dahlan No, U. K., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2024). Simposium Manajemen dan Bisnis III Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mcdonald's Kota Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 2024. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4814>
- Irfan, S., Halik, A., & Panjaitan, F. A. B. K. (2022). Analysis of the Influence of Product Quality and Price Perceptions on the Purchase Decision of Orthopedic Implant Products (Kangli) Through Consumer Trust as Intervening Variables in Pt. Java Almeda Mandiri in Surabaya. In *International Journal of Scientific Engineering and Science* (Vol. 6, Issue 1). <http://ijses.com/>
- Isnaini Asiaty, D. (2023). Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian E-Paper Bisnis Indonesia dengan Karakteristik Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 4(2), 2745–2757.
- Khotimah, K., Pawirosumarto, S., Lusiana, Sari, S., Fitria, L., Yani, A., Rafky, R., Oktarina, Y., & Nofriadi. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Indormasi (JEMSI)*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi>.
- Kotler, P., & K. K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & K. K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Lailiyahnita ilmiyatul Nita. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handhpone OPPO. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*. 1, 128–136.
- Lestari, L., & Yuliani, N. L. (2022). *Pengaruh Perencanaan Anggaran, Pelaksanaan Anggaran, Kualitas Sumber Daya Manusia, Pengadaan Barang/Jasa Dan Komitmen Organisasi terhadap Penyerapan Anggaran Belanja*. <https://journal.unimma.ac.id>
- Magister, M. W., Pendidikan, A., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Mardiana, D., Sijabat, R., & Artikel, I. (2021). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Mishaël. (2021). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian pada perlengkapan komputer merek Rexus*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3046/4/bab%203.pdf>
- Nabella, S. D. (2021). Improve Consumer Purchasing Decisions Through Quality of Service, Promotion And Quality of Information At PT. Ng Tech Supplies. *International Journal Of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Natasiah, U., & Syaefulloh. (2024). Brand Image, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Shopee E-Commerce Users in Pekanbaru City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 120–134. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.702>

- Nurhayati, H. (2022). *Food retail industry in Indonesia - statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/7773/food-retail-industry-indonesia/#topicOverview>.
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Rahman, Md. M., Tabash, M. I., Salamzadeh, A., Abduli, S., & Rahaman, Md. S. (2022). Sampling Techniques (Probability) for Quantitative Social Science Researchers: A Conceptual Guidelines with Examples. *SEEU Review*, 17(1), 42–51. <https://doi.org/10.2478/seeur-2022-0023>
- Ramadhan, R., & Nasir, M. (2023). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tik-Tokshop Di Soloraya. In *BRIDGING Journal Of Islamic Digital Economic and Management* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging>
- Rosa Amanda, D., Baidlowi, I., & Kasnowo. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3565–3578. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Safitri, A., & Santoso, A. B. (2023). SEIKO: Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen McDonald's Ngaliyan Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 33–45. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3761>
- Safitri Dewi, I., & Rizka Amalia, N. (2023). Pengaruh Harga, PENGARUH HARGA, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Universitas Semarang. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3, 157–169.
- Sampouw, C. P., & Wulandari, A. (2020). *Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online "Shopee" sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen Decision Making Process in "Shopee" Online Shopping Site as Consumer Needs Fulfilling* (Vol. 3, Issue 2).
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>
- Suci Rahmawati, A. (2023a). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Surakarta. http://eprints.iainsurakarta.ac.id/8900/1/Pengaruh%20Brand%20Ambassador%2C%20Brand%20Image%2C%20dan%20Brand%20Trust%20Terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Smartphone%20Samsung%20di%20Kota%20Surakarta_Amalia%20Suci%20Rahmawati.pdf
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhan, M., Nayak, S., Nayak, R., Spulbar, C., Bai, G. V., Birau, R., Anghel, L. C., & Stanciu, C. V. (2022). Exploring the sustainable effect of mediational role of brand commitment and brand trust on brand loyalty: an empirical study. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 35(1), 6422–6444. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2048202>
- Viedy, E., Lombok, V., Samadi, R. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). The Effect Of Brand Image, Brand Trust And Digital Marketing On Consumer Purchase Decisions On Emina Products (Case Study At Sam Ratulangi University Students). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>

- Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagic, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Konsumen Maybelline Di Gerai Mantos 2 Manado *Jurnal EMBA*, 10(4), 659–670.
- Winata¹, J., Bernadine, & Brastoro. (2022). Pengaruh green marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Mcdonald's di Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Wiramawan, T. H., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh Price, Promotion, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen Mcdonald's Di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 242–252. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.202>
- Wulandari, N. T., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian . *JLAGABI*, 10(2), 94–100.
- Zulia Pramesti, D., & Sujana, N. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple*. 11(1), 65–71. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>