

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, Kualitas Layanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Amanda, N. P., Ekowati, Titin, & Dedi, R. (2024). PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *QUALITY PRODUCT* DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U COSMETICS DI PURWOREJO Priswani. *Jurnal Volatilitas*, 15(1), 37–48.
- Andina, W., Setianingih, R., & Hardilawati, W. L. (2025). *PENGARUH BRAND TRUST , BRAND IMAGE , DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ESTEH INDONESIA DI SOEKARNO-HATTA PEKANBARU*. 4(1), 792–803.
- Anik, M., Nersiwad, & Budi, U. (2023). Pengaruh *Brand Trust* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy Di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 183–192. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.107>
- Aulia, V. D., Sulastri, S., Maulana, A., & Rosa, A. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *E-Wom* terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa ShopeeFood di Kota Palembang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 778–792. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3778>
- Aziz Sugiharto, N., Nabila Savitri, -Desya, & Triputranto, B. (2023). *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHATIME DI KOTA BEKASI*.
- Buchory, A. R., & Putra, A. B. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freshtea. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 1(2), 33–41. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i2.56>
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Starbucks Di Senayan City. *Esensi*, 22(2), 121–140.
- Chandra, F., Fati Hatussaadah, S., Studi, P. S., Gizi, I., Baiturrahim Jalan Moh Yamin No, U. D., Bandung, L., Jelutung, K., & Jambi, K. (2024). Gambaran Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) pada Remaja di SMAN 10 Kota Jambi. *Seminar Kesehatan Nasional*, 3. <https://prosiding.ubr.ac.id/>
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. *Penerbit Qiara Media*, 1–336.

- Fitriani, T. N., Kurniawan, B., & Goeltom, H. C. (2023). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awareness* Terhadap Purchase Intention Melalui *Brand Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 968–977. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3214>
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4392/2865>
- Huda, N. (2020). *Asy-Syarikah*. 2(1). <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- 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.
- Isnani, R. K., & Giyartiningrum, E. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI DIY*.
- Juliana, J., Pramono, R., Maleachi, S., Bernarto, I., & Djakasaputra, A. (2021). Investigation Purchase Decision Through *Brand Trust*, *Brand Image*. Price. Quality of Product: A perspective Service Dominant Logic Theory. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 51–59. <https://doi.org/10.56457/jimk.v9i1.95>
- Kezia, A., & Ulfa, N. S. (2025). *PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI PENJUALAN PIZZA HUT DAN BRAND IMAGE PIZZA HUT TERHADAP NIAT BELI PIZZA HUT DI TENGAH AKSI BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL*. 1–23.
- Kurniasari, D., Tinggi, S., Totalwin, I. E., Semarang, T., Gedong, J., Raya, T., & Semarang, I. F. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Brand Loyalty Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pizza Hut di Kota Semarang). In *Jl Gedong Tengah Raya* (Vol. 12, Issue 1).
- Kurniawan, S. F., & Patmarina, H. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sembako Pada PT Sinar Setia di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 715–720. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2374>
- Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H., & Yudianto, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Layanan, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Jipang Ibu Binem Di Besani, Kabupaten Wonosobo)*. 3(2961–8401), 23–30. <https://doi.org/10.32699/magna.v3i2.7884>

- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mananekke, L., & Maramis, I. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Merckelkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1), 39–48.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Montolalu, C. E., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Di Pegadaian Cabang Tomohon*. 4(3), 325–338.
- Muchtar, M. I., Akbar, R. R., & Pratama, M. R. (2024). Pengaruh *Brand Trust*, Promosi Media Sosial dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Permen Relaxa di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 715–722. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2075>
- Muhammad, A. I., Fitriadi, B. W., & Rahwana, K. A. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Plaza Asia Tasikmalaya. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(4), 27–37. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i4.646>
- Murad, M. J. (2025). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UNILEVER DI*. 5, 1–12.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>
- Poluan, J., Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). *KONSUMEN MAXIM DI KOTA MANADO) THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS, PROMOTIONS AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER INTEREST TO USE ONLINE TRANSPORTATION (STUDY ON MAXIM CONSUMERS IN MANADO CITY) Oleh*. 10, 511–521.
- Putri, D. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian di KFC Gelael Ciracas Jakarta Timur. *Jurnal BIMTEK*. https://www.academia.edu/download/69097974/Jurnal_Dini_Rachma.pdf
- Putri, N. A., 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(1), 69. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.698>
- Rahman Wijaya, A., Chaisar Pradiva, D., Ichsan, M., Kasiban, D., Sanjaya, V. F., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2024). *STRATEGI COMPETITIVE ADVANTAGE FRIED CHICKEN D'FRESCO BANDAR LAMPUNG* (Vol. 10, Issue 3).
- Ramadhani, H., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EMINA DI MASA PANDEMI COVID-19*.
- Sampe, Y. D., & Tahalele. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon*.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. A. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Gede. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 2596–2620.
- Saputra, N. R., & Buadiarti, A. (2024). *PENGARUH PROMOSI , INOVASI PRODUK , DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE TUNJUNGAN PLAZA 3*. 245–258.
- Darmawan, E. S., & Mulyawaman, A. (2024). *Aksi Boikot Global Sukses Gerus Penjualan Produk Terafiliasi Israel*. https://money.kompas.com/read/2024/07/03/192816026/aksi-boikot-global-sukses-gerus-penjualan-produk-terafiliasi-israel?page=all#google_vignette
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Sutriani, R., Mutia, A., & Sudharyati, N. (2024). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 145–160.

- Wardani, D. A., Reni, &, & Dewi, S. (2021). PENGARUH *BRAND IMAGE*, WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN ELEKTRONIK SANKEN DI KOTA SEMARANG). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.
- Yasmine, F. A. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Saat Pandemi Covid-19. *Widyagama National Conference On, Wnceb*, 358–368. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3171%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/viewFile/3171/1673>