

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, 1-10.
- Al-Ekam, J. M., Mat, N. K., Salleh, S. M., Baharom, N. B., Teh, T. R., Noh, N. A., & Hussain, N. E. (2012). The Influence of Trust, Advertising, Family on Intention and Actual Purchase of Local Brand in Yemen. *American Journal of Economics*, Vol. 2, No. 1, 64-68.
- Arista, D., & Astuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, Vol. 13, No. 1, 37-45.
- Arslan, M., & Zaman, R. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. *Research on Humanities and Social Sciences*, Vol. 4, No. 22, 98-105.
- 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*, Vol. 2, No. 1, 1-9.
- Beneke, J., Brito, A., & Garvey, K.-A. (2015). Propensity to Buy Private Label Merchandise : The Contributory Effects of Store Image, Price, Risk, Quality and Value in the Cognitive Stream. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(1), 43-62.
- Busen, S. M., Mustaffa, C. S., & Bahtiar, M. (2016). Impacts of Online Banner Advertisement on Consumers Purchase Intention: A Theoretical Framework. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences*, Vol. 3 No. 1, 75-82.
- Diallo, M. F., Chandon, J.-L., Cliquet, G., & Philippe, J. (2013). Factors Influencing consumer behavior towards store brands: evidence from the French market. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(6), 422-441.
- Ghozali, H. I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamid, M., & Sarita. (2018). Pengaruh Iklan dan Brand Image Sirup Bunga Padi 168 Terhadap Minat Beli Konsumen di Desa Reuleut Kecamatan Kota Juang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, Vol. VI, No. I, 14-20.
- Husein, A. (2017). Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Shampoo Pentene pada Masyarakat Pekanbaru. *Journal of Management*, Vol. 4, No. 1, 243-256.
- Keller, & Kotler. (2012). *Marketing Management 13th Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Essex: Pearson.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e Global Edition*. Pearson.
- Lien, C.-H., Wen, M.-J., Huang, L.-C., & Wu, K.-L. (2015). Online Hotel Booking: The Effects of Brand Image, Price, Trust and Value on Purchase Intentions. *Asia Pacific Management*, Vol. 20, 210-218.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Indeks.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation. Global Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Manorek, S. L. (2016). The Influence Of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16, No. 01, 661-670.
- Mulyadi, Minarsih, M. M., & Hasiolan, L. B. (2015). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Mie Sedap di Pasar Pedurungan Kidul Semarang). *Journal of Management*, Vol. 1, No. 1, 1-7.
- Ponte, E. B., Carvajal-Trujillo, E., & Escobar-Rodriguez, T. (2015). Influence of trust and perceived value on The Intention to Purchase Travel Online: Integrating the Effects of Assurance on Trust Antecedents. *Tourism Management*, Vol. 47, 286-302.

- Porral, C. C., & Lang, M. F. (2015). The Role of Manufacturer Identification, Brand Loyalty and Image on Purchase Intention. *British Food Journal*, 117(2), 506-522.
- Pratama, B. S., Fathoni, A., & Hashiolan, L. B. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel. *Journal of Management*, 1-15.
- Priyono, E., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Journal of Management*, Vol. 2, No.2, 1-22.
- Puspita, R., Yunus, M., & Sulaiman. (2017). Pengaruh Faktor Sosial, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Telepon Selular (Studi Kasus Pada Pengguna Samsung Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Magister Manajemen*, Vol.1, No.1, 1-9.
- Putra, A. (2017). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Texas Chicken Pekanbaru). *Journal of Management*, Vol. 4, No. 1, 1-11.
- Septanto, A. F., Haryono, A. T., & Harini, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Emotional Response dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, Vol 4, No 4, 140-158.
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 22, No.1, 47-56.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2, 1-10.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan ke-22*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahreza, M. (2015). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Penerbangan pada PT. Garuda Indonesia Cabang Makassar. *Jurnal Manajemen*, Vol.1, No.1, 55-65.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 51, No. 1, 44-48.