

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, G & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*. 7-11 & 18-21.
- Adriani, N. N., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 1956-1984.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (*brand image*) dan Kepercayaan Merek (*brand trust*) terhadap Loyalitas Merek (*brand loyalty*) PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Binalay, A, G., Mandey, S, L., & Mintardjo, C, M, O. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado, 4(1), 397.
- Dharmayana, I. M. A., & Rahanatha, G. B. (2017). Pengaruh *Brand Equity*, *Brand Trust*, *Brand Preference*, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(4), 2024-2027
- Dam, T.C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 7(10), 940-943.
- Eprilliana, D. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan Terhadap Preferensi Merek dan Loyalitas Konsumen (Doctoral dissertation, UAJY).
- Junita, J., Nasution, A. P., & Simanjorang, E. F. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan *Brand Preference* Terhadap Tingkat Penjualan pada Toko Bintang Terang Motor Rantauprapat. *Ecobisma (jurnal ekonomi, bisnis dan manajemen)*, 7(1), 1-8.
- Maulida, Z., & Indah, D. R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Niat Membeli Ulang Vitamin Merek Holisticare Ester C Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(3), 332-351.
- Nababan, B. O., & Jubaedi (2019). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Club Di Kota Bogor. *Economicus*, 10(2), 101-112.

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko *Online* Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Purwanti, A. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Shopee dengan Dimediasi Nilai yang Dirasakan pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 69-70.
- Putra, A. (2017). Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru). 4(1), 9-10.
- Putri, D. G. D., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT. Pos Indonesia (Persero)). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 30-42.
- Ramadhan, M, R., & Utami, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan, Keamanan Pangan Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Pizza Hut Di Kotabanda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 4(2), 214-230.
- Ridha, M., & Adam, M. (2018). Pengaruh Nilai yang Dirasakan dan Pengalaman Konsumsi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Canai Mamak Kl Lamteh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 62-74.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervonc. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Mercu Buana*, 1(3), 96826.
- Saputro, E. P; Achmad, N; Handayani, S (2016). “Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Sukses wirausaha, *benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 1(1): 10–20.
- Sari, M., Sjahrudin. H., Razak, N. (2017). Pengaruh Komunikasi Internal dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. 3-8.
- Setiawaty, N, A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 22(1), 54-55.