

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawann, Ngurah, K., & Sari, Eka, M. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini (Pertama)*. Yayasan Penerbit Muhammad.
- Aditya, W. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0* (P. Mahir, Ed.; 1st ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Azizah, S., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bukalapak Di Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 692–699. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.6321>
- Benhardy, K. A., Hardiyansyah, Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: Mediating brand trust. *Management Science Letters*, 10(14), 3425–3432. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.035>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Dispar, K. A., & Anggarawati, S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Trust Terhadap Minat Beli: Sepatu Specs. *Jesya*, 7(1), 943–958. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1477>

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, Fatmi, E., Istiqomah, Ria, Rahmatul, R., Roushandy, Asri, F., Sukmana, Juliana, D., & Auliya, Hikmatul, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; Pertama). Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Kurniawan, A. W. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Maheswara, F. Y., Satoto, S. H., Manajemen, P. S., Naskah, I., & Belakang, L. (2023). Pengaruh social commerce, brand image dan brand trust terhadap minat beli produk aerostreet. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 176–186.
- Noviningsih, K. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Indihome Di Gianyar. *Values*, 3(1), 598–609.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK ADES (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1893>
- Sanny, L., Arina, A. N., Maulidya, R. T., & Pertiwi, R. P. (2020). Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 10, 2139–2146. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>
- Santoso, Agus, T., & Mardian, I. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul*. 19(1), 79–88.
- Stella, S. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Minat Beli di Sociolla di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 6, p. 611). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i6.15085>

- Suganda, U. K., Hapsari, M. S., Tawakal, M. I., & Roespinoedji, D. (2021). The Influence of Brand Image, Trust, On Buying Interest in E-Wallet ‘Ovo’ In Bandung City.’ *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 943–948. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.05.91>
- Syafina, L., & Harahap, N. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi* (1st ed.). FEBI UIN-SU Press.
- Tri, S. A., & Irma, M. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 19(1), 79–88.
- Wiryanta, Joni, M., Agung, Putu, Agung, A., & Anggraini, Nita, P. N. (2020). Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Biznet Networks Di Kota Denpasar. *Values*, 1(4), 201–208.
- Yuliyzar, I., & Hakim, A. (2020). Kontribusi Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Xiaomi. *Dynamic Management Journal*, 4(2), 40. <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i2.3988>