

## DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, F. (2020). Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Dki Jakarta). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Adianti, N. W. P., & Seminari, N. K. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Atmosfer Toko Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen H&M. *E-Journal Manajemen*, 11(7), 1337-1356.
- Anang F. (2019). Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Buntoro, D., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 38-55.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Djayanto, T. A. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Grab-Food Dengan Brand Trust Sebagai Intervening Variable. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 12.
- Foster, B. (2016). Impact of brand image on purchasing decision on mineral water product "Amidis" (Case study on bintang trading company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Giantari, G. A. K. (2021). *Niat Beli Via Online (R. R. Rerung, Ed.)*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Ivan, I. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Tan Authentic. *Agora*, 7(2).
- Kotler, Philip and Kevin L. K, (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller L. K, (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Lombogia, S. J., Santoso, T., dan Marchyta, N. K. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Penggunaan Layanan Langganan Aplikasi Streaming Musik Online Youtube Pada Generasi Milenial. *Agora*, 9(1).
- Lo, S. (2019). Pengaruh Karakteristik Demografis dan Lifestyle terhadap Niat Beli di Starbucks. *Agora*, 7(2).
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Philip, P. (2019). Pengaruh Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Intervening pada Pembelian Sneakers Branded oleh Generasi Z di Surabaya. *Agora*, 7(2).
- Putra, P. Y., & Soebandi, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on consumer Purchasing Decisions to Nike Brand Sports Shoes in Surabaya. *Journal of World Conference*, 208-218.
- Schiffman, Leon, dan Kanuk, Leslizar. (2010). *Consumer Behaviour 7th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.

- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Simamora, (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ketiga. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Simangunsong, E., Sinaga, R. V., & Manihuruk, Y. P. U. (2022). Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaam Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek:(Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda di Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 314-333.
- Soltani, Morteza et all. (2016). The effect of service quality on private brand image and purchase intention in the chain stores of ETKA. *Journal World Scientific News* 47 (2), 202-216.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D*. (Bandung: ALFABETA).
- Susanti, V. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek, Keamanan Terhadap Minat Beli Tiket Pada Situs Traveloka. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(1), 13-21.
- Yoel, D. A., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 136-144.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212-223.
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39±50.
- Yudhanto, Y. (2018). *Information technology Business Start-Up ilmu dasar merintis start-up berbasis teknologi infromasi untuk pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

- Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., dan Rambe, B. H. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen. (Studi Kasus Di Universitas LabuhanBatu). *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(11), 1669-1676.
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Pergikuliner di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(1).
- Wulandari, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik (Studi pada Pengguna E-Commerce Sociolla). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Yudha, K. S. A., & Tricahyono, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Berlangganan Spotify Premium Pada Mahasiswa Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(4).