

Daftar Pustaka

- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*.
- AZ, S. m. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi pada pengguna Motor Honda Vario di Kecamatan Muara Bulian) . *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*.
- Baskara, I. P., & Hariadi, G. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Website) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang) . *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*, 1-15.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyo, A. B., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand image, Harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian (Studi Layanan Berrybenka.com). *Diponegoro Journal Of Management* , Vol 7, Nomer 1.
- Citra, T., & Drs. Suryono Budi Santoso, M.M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 5. No 2.
- Dimoka, A. (2010). What Does The Brain Tell Us About Trust and Distrust ? Evidence From A. *MIS Quarterly*, Issue 2: 373-396.
- Darwin, S., & Yohanes Sondang Kunto, S.Si., M.Sc. (2014). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening pada asuransi jiwa manulife Indonesia – Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2, No.1.
- Ghozali, I., & Fuad. (2008). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2017). *Model Pemasaran Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos* . Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Guspul, A., & Ahmad, A. (2014). Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah DI Wonosobo. *Jurnal PPKM III*, 156-170.

- Jundi, M. S., & Mudiantono. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Ciatra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Nilai Yang Dipresepsikan Sebagai Mediasi (Studi pada konsumen Lazada.co.id). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 5. No 3.
- Katili, B., Mandey, S. L., & Saerang, I. S. (2018). Pengaruh Kuaitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha Di Fortino Audio Manado. *Jurnal EMBA* , 91-100.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, E., Balafif, M., & Muhammad . (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Teradap Keputusan Pembelian Shampo Sunsluk di Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmark*.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT.Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Murwatiningsih, & Apriliani, E. P. (2013). Pengaruh Resiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 184-191.
- Network, P. M. (2017, September 24). *Kumparan*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/@kumparannews/industri-kosmetik-di-indonesia-semakin-cantik>
- Novertiza, E. C., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru Di Jepara. *Dipenogoro Journal Of Management* , Vol 5. No 2.

- Octaviona, N. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Toko Surya Phone Samarinda. *EJournal Psikologi*, 397-407.
- Oladepo , O. I., & Abimbola, O. S. (2015). The Influence Of Brand Image and Promotion Mix On Buying Consumer Decision - A Study Of CONSUMER DECISION-A STUDY Of Beverange Consumers On Nigeria . *British Journal of Marketing Studies*, Vol.3, No.4.
- Ong, I. A., & Drs. Sugiono Sugiharto, M.M. (2013). Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan diCincau Station Surabaya. *Jurnal Management Pemasaran* , Vol. 1, No. 2.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pierre, C., Tracey, S. D., & Don, O. (2010). Service Quality, Trust, Commitment and Service Differentiation in Business Relationships. *Journal Of Services Marketing*, Vol. 24 Iss:5h. 336-346.
- Prasetya , C. H., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Pada PT. Sumber Purnama Sakti Di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 15. No 2..
- Pratama, D. P., N, S. H., & Suryoko, S. (2013). Pengaruh Threat Emotion, Brand Trust, Price, Buying Decision Terhadap Keputusan Pembelian Susu Anlene Actifit. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 1-10.
- Rares, A., & Jorie, R. J. (2015). The effect of the price, promotion, location, brand image and quality products towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Store Manado Town Quare . *Jurnal EMBA*, 592-604.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. (2011). *Menejemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi . *Jurnas Bisnis dan Komunikasi (Kalbisocio)*, 2356-4385.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2009). *Consumer Behaviour (Edisi Delapan) Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Setiadi S.,E.,M.M., D. J. (2013). Perilaku Konsumen. In E. D. Setiadi S., *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media grup.
- Setiawan, D., & Khasannah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Surat Merdeka Pada
- Sujana, K. C., & Suprapti, N. S. (2016). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryonaningsih, E., Paramita, P. D, & Hasiholan, L. B. (2013). Effect Price, Brand Image, Purchase Decision, Customer Satisfaction (Study at Gamis Clothes Consumer in Toko Lana Semarang). *Journal Of Management*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Lien, C.-H., Wen, M.-J., Huang, L.-C., & Lung Wu, K. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*.
- Wu, P. C., Yeong-Yuh Yeh, G., & Hsiao, C.-R. (2010). The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention. *Australasian Marketing Journal*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D.D. (2013). *Services Marketing – Integrating Customer*. Singapore: McGraw-Hill International Edition.
- Zulvia, M., & Rachmi, A. (2018). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang) . *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* .