

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dalam Aris Ananda. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- C. Mowen, John & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Ferrinadewi, Erna (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Fachruddin. (2009). *Desain Penelitian*. Jurusan Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin, K. L. (2009). Alih Bahasa: Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta. PT. Indeks.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999), "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty," *Journal of Market Focused Management*, No.4, pp. 341-370.
- Lestari, Fitri (2016) Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cadbury (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Negeri Yogyakarta). *S1 thesis, Fakultas Ekonomi*.
- Lubis, Sahromadani. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek (Trust In Brand) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Toko Kosmetik Marhadi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Mutiara, S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saus Abc (Studi Kasus: Supermarket Maju Bersama Kecamatan Medan Barat Kota Medan) (Doctoral dissertation).
- Nandiwardhana, D., & Hadi, M. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) & Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Ultra Milk Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Di Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 512-518.

- Nestle. (n.d.). *Bear Brand*. Diakses 10 Agustus 2021 dari <https://www.nestle.co.id/produk/minumansiapminum/bearbrand>
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rauf, N., Kamase, J., & Dewi, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek. *CESJ: Center of Economic Students Journal*, 2(3), 189-203.
- Rutumalessy, S. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Uht Milo di Kota Ambon. *Jurnal Poli Bisnis*, 8(2).
- Salatun, S. W., & Layoo, N. (2017). Hubungan Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor di Kota Luwuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 1(2), 116-130.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. Jakarta. PT. Indeks.
- 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 Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1).
- SUBHAN, M. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Pada Konsumen Sari Roti Di Dki Jakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Sugiyono, dan Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Surakarta: Fairuz Media.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Universitas Gadjah Mada. (2021). Dosen UGM Tegaskan Susu Beruang Tak Bisa Obati Covid-19. Diakses 10 Agustus 2021 dari <https://ugm.ac.id/id/berita/21325-dosen-ugm-tegaskan-susu-beruang-tak-bisa-obati-covid-19>
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(1), 172-181.

Wirdaini, M. (2018). Pengaruh brand image, brand trust, promosi dan word of mouth terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen toko online muslimarket. com di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).