

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian junio. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Ter. *AGORA Jurnal Bisnis*, 5, no: 3, 3–4.
- Aswani, R., Ilavarasan, P. V., Kar, A. K., & Vijayan, S. (2018). Adoption of public WiFi using UTAUT2: An exploration in an emerging economy. *Procedia Computer Science*, 132, 297–306. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.05.180>
- Ayu Rara Sukmawati, D., Mathori, M., Marzuki, A., & Widya Wiwaha, S. (2022). PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Bayu Pramutoko. (2020). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Fanadya, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN SUWEGER Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran. In *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS): Vol. Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusti, I. P. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZOYA PALEMBANG.
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on

consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>

Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BURGER KING TRANS STUDIO MALL CIBUBUR. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2.

Insertlive. (2021). *Tampil percaya diri dengan erigo brand lokalyang mendunia*. <https://www.insertlive.com/lifestyle/20211214220349-19-258015/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.

Laksana, M. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. PT. Salemba Empat.

Mahardika, L., Made, I., & Dwiarta, B. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA. In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3).

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.

Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis*, 3.

- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Nazara, A., & Karneli, O. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS PADA TOKO PROMEDIA.COM PEKANBARU. 13.
- Rachman, R. K., & Wahyono. (2017). Pengaruh Brand Experience dan Brand Reputation Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust (Study Pada Pengguna XL Di Semarang). *Management Analysis Journal*, 6(1), 1–11.
- Selemparan. (n.d.). *Profil Erigo*. Selemparan.Com. <https://selemparan.com/general/erigo/133#:~:text=Profil usaha,mengedepankan desain dan kenyamanan pemakainya>.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Surya Perdana Putra. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel Aa Di Kecamatan Rambatan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi. Fakultas Syari'ah dan Hukum. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU.
- Syafitri, A., Ratna Sari, E., & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung)* (Vol. 1, Issue 1). Mei.
- Wibowo, A. E. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PADA RESTORAN SEDERHANA DI HARBOUR BAY BATAM. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- Wijaya, A. F., & Saryadi. (2016). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Artis Raisa Sebagai Celebrity Endorser Produk Ice Cream Magnum

Pada Mahasiswa Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 5(3), 291-298.