

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. (alih bahasa Aris Ananda). Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Adiwidjaja, Adrian Junio dan Tarigan, Zeplin Jiwa Husada. 2017. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA Vol. 5, No : 3, (2017)*.
- Ago, Gordius., Suharno, Mintarti, Sri dan Hariyadi, Sugeng. 2015. Effect of Product Quality Perception, Trust, and Brand Image on Generic Drug Buying Decision and Consumer Satisfaction of Hospital Patients in East Kalimantan. *European Journal of Business and Management Vol.7, No.14, 2015*.
- Bastian, D.A. (2014). Analisa Pagaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Volume 2, No. 1, 1-9*.
- Best, Roger J., Del L. Hawkins and David L. Motherbaugh. 2007. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. 10th Edition. Boston : McGraw-Hill.
- Delgado-Ballester. 2001. Elena Development and Validation of a Brand Trust Scale, *Journal of Market Focused Management (2001)*.
- Erlangga Moch. Erwinsyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kepribadian Merek dan Celebrity Endorser terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 49 No.1 Agustus 2017*.
- Fadhillah, Ahmad Rizal 2015. Pengaruh Brand Personality terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Produk *Running Shoes* Merek Nike). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 4, No 1 Semester 2015-2016 Universitas Brawijaya*.
- Fallahi, Mahbubeh (2013). A Study of the Effects of Brand Personality on Three Constructs: Brand Trust, Brand Attachment, and Brand Commitment in Imam Khomeini Port City. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business December 2013 Vol 5, No 8*.

- Fansisca, Jessi dan Sapparso.2014. Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Psychology terhadap Purchase Decision Laptop di Lingkungan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 14, No. 2 November 2014.*
- Ghozali, I. 2016. *Model Persamaan Struktural: Teori, dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 (7<sup>th</sup> ed).* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair *et al.* (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition.* Pearson Prentice Hall.
- Kotler. P. & Armstrong G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L., (2012), *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kusumah, Ryan. 2015. Analisa Dampak Kepercayaan, Harga, Kualitas dan Persepsi Akan Resiko terhadap Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Online Instagram. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05 Tahun 2015.*
- Lau, G dan Lee, S, 1999. Consumers Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management.*
- Mahuda, Fauziah Dewi 2017. Pengaruh Brand Personality dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 8 No. 2, December 2017.*
- Mabkhot, Hashed Ahmad. 2017. The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty, Mediating by Brand Trust: An Empirical Study. *Jurnal Pengurusan 50 (2017) 18 pages, Galley Proof ISSN 0127-2713 Scopus, Cabell, ASEAN Citation Index (ACI) and MyCite Indexes.*
- Muhtarom, Abid dan Prayitno, Dwi Hari. 2018. Determinasi Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (2018). *Jurnal EK B I S / Vol. XIX / No. 1 Edisi Maret 2018.*
- Ocktaria, Rossa., Kumadji, Srikandi dan Hidayat, Kadarisman. 2015. Pengaruh Brand Personality dan Sales Promotion Terhadap Brand Equity dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 23 No. 1 Juni 2015.*
- Puspita, Rahmilla Chairani dan Suryoko, Sri. 2017. Pengaruh Iklan, Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Diponegoro Journal of Social and Political Tahun 2017.*

- Sekaran U. and Bougie R. 2013. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Yan Karda dan Zulkarnain. 2015. Analisis Pengaruh Brand Personality Terhadap Brand Awareness dan Perceived Quality dalam Keputusan Pembelian Kartu Provider XL Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, Vol VII No 1 Januari 2015*.
- Vahedi, Elham., Shirian, Abbas., Vaziri, Faraz Sadegh., Kelishmi, Ehsan Rahbar dan Esmaeili, Saeideh. 2015. Assessing the Role of Brand Personality on Trust, Affection, Loyalty and Customer Satisfaction in Governmental Organization: (Case of Study: Maskan Bank). *Research Journal of Recent Sciences Vol. 3(7), 130-138, July (2014)*.
- Wibowo, Setyo Ferry. 2017. The Effect of Trust and Brand Image on Purchase Decree (US Toyota Car Survey in Jakarta Region). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) / Vol 8, No. 2, 2017*.