

## DAFTAR PUSTAKA

- Abul Hasan Asy'ari. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Price fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin*. 8(1), 1–13.
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Alfian, Z., & Utami, S. (2019). Pengaruh E-Wom Terhadap Keinginan Untuk Membeli Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Aplikasi Steam Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 258–268.
- Alma, B. (2016). *No Title*.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amstrong, K. dan. (2016). *No Title*.
- Anwar, M., & Andrian, D. (2020). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 78–82.

<https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.012>

Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vodkasida Shirt. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 142–150.

<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>

Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1452–1480.

<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p12>

Ayu, D. P., & Sulistyawati, E. (2018). PERSEPSI NILAI PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BERBELANJA ONLINE. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2353–2379.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p02>

Bachin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*.

Baiq Yulia Chrisnayanti Ayuningtyas. (2017). *No Title*.

Ballester, D. (2015). *No Title*.

Brendan Ecstasia, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Loyalitas Merek pada Riez Palace Hotel Tegal. *Management Analysis Journal*, 7(1), 129–138.

<https://doi.org/10.15294/maj.v7i1.20728>

Cahya, A. D., Sangidah, U., & Rukmana, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Toko Azam di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. 6(1), 70–82.

- Chim, S. S. (2021). 戴亚飞, 沈祥建 1\* 2 1. 8(1), 307–316.
- Daya, P., Iklan, T., Citra, D. A. N., Terhadap, P., & Lopian, S. L. H. V. J. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 988–997. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20026>
- Dede Barijan, Endah Pri Ariningsih, F. R. (2021). The influence of brand trust and brand identification on brand evangelism. *Journal of Product and Brand Management*, 3(1), 371–383. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0394>
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 83–88. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Diputra, A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(1), 25–34. <http://118.97.187.12/pustaka/files/17726/jurnal/the-impact-of-service-quality-product-quality-and-price-on-customer-satisfaction.pdf>
- Donald, K. dan. (2018). *No Title*.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*.
- Dr.M.Anang Firmansyah, S. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.
- Fakriza, R., & Nurdin, R. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Kfc Banda Aceh. *Jurnal*

*Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 4(1), 206–216.  
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/9068>

Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Glory, M., & Dwi, Y. (2021). Kajian Etnomatematika Pola Batik Keraton Surakarta Melalui Analisis Simetri. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 10(1), 13–24.

Hansopaheluwakan, S., Oey, E., Setiawan, Y., Business, I., Program, M., Hansopaheluwakan, S., & Oey, E. (2020). *the Impact of Brand Equity and Brand Trust Towards*. 18(1), 505–517.

Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27.

Hasbun, B., & Ruswanty, E. (2018). Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*, 2(1).

Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada ( Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa )*. 9(2), 255–262.

Imania, L. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepercayaan Merek ( Brand Trust ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Berdasarkan hasil analisis perhitungan WarpPLS ( Studi Kasus pada Konsumen Larissa Aesthetic Center cabang Panjaitan , Semarang ). *Administrasi Bisnis FISIP-Universitas Diponegoro*, 2(1), 1–9.

Karimi, S., Holland, C. P., & Papamichail, K. N. (2018). The impact of consumer

archetypes on online purchase decision-making processes and outcomes: A behavioural process perspective. *Journal of Business Research*, 91(0), 71–82.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.038>

Keller, K. &. (2012). *No Title*.

Keller, K. &. (2016). *No Title*.

Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324.  
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>

Lacap, J. P. G., Cham, T. H., & Lim, X. J. (2021). The Influence of Corporate Social Responsibility on Brand Loyalty and The Mediating Effects of Brand Satisfaction and Perceived Quality. *International Journal of Economics and Management*, 15(1), 69–87.

Lesmana, M. T., & Putri, L. P. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS MEREK KONSUMEN SEPEDA MOTOR. *Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1320746>

Lupiyoadi.etc, A. (2015). *No Title*.

Malik, R., Studimanajemen, P., Ekonomi, F., Ekasakti, U., & Produk, K. (2021). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik pada toko khanza kecamatan koto tengah kota padang*. 3(1), 135–150.

Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk

- Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen*, 2(1), 99–114. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JMM/article/view/10325>
- Mustafa, S., & Al-Abdallah, G. (2020). The evaluation of traditional communication channels and its impact on purchase decision. *Management Science Letters*, 10(7), 1521–1532. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.014>
- Nabilla, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Minat Beli Terhadap Loyalitas Merek. *Riset Sains Manajemen*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1322107>
- Nasib, N., & Bashira, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matic. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 34–42. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i1.1137>
- NATSIR, N., & ERNAWATI, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). *pengaruh cita merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) erhadap loyalitas merek (brand loyalty) pada produk air minum dalam kemasan merek aqua (studi pada konsumen AMDK merek aqua di kota Gorontalo)*. 4(1), 1–12.
- Ni Nyoman Galuh Gita Darma, P. S. H. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 349–361.

<https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1185>

Niken Anggoro Putri , Burhanudin AY, S. (2021). *PEMBELIAN HAND SANITIZER DETTOL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI LUWES GENTAN*. 22(1), 69–87.

Ningrum, A. I. (2018). Pengaruh citra merek dan keputusan pembelian terhadap loyalitas merek. *Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment*, 2(2), 49–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1409664>

Purwati. (2019). *No Title*.

Puspitasari, D., & Marlana, N. (2021). *BEAUTY VLOGGER SEBAGAI MODERASI PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI SURABAYA*. 9(3), 1335–1341.

Rahman, A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, PROMOSI DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GOJEK Studi Kasus Pada PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>

Rakhmawati, I. Y., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*, 9(2), 1244–1250.

Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta.

Ririn, P. A., & Harti. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. ... *Manajemen Dan Ekonomi ...*, 9(2), 1307–1313.

Sadyk, D., Islam, D. M. Z., & Matsika, E. (2020). *MEDIATIONAL EFFECT OF*

*BRAND LOYALTY IN THE IMPACT OF ENGAGEMENT CREATION ON SOCIAL MEDIA BRAND EQUITY. 6–9.*

- Satriawan, K. A. (2020). The role of purchase intention in mediating the effect of perceived price and perceived quality on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(3), 38–49. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n3.887>
- Siti Hertiwi Khasanah1\*, Nani Ariani2, J. G. A. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. 2*, 394–411.
- Slamet, S. dan. (2017). *No Title*.
- Solahuddin. (2014). *No Title*.
- Solihin, D., Kunci, K., Beli, M., & Pembelian, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *J. Mandiri*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- SOOMRO, Y. A., BAESHEN, Y., ALFARSHOUTY, F., KAIMKHANI, S. A., & BHUTTO, M. Y. (2021). The Impact of Guerrilla Marketing on Brand Image: Evidence from Millennial Consumers in Pakistan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 917–928. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0917>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.



- Sugiyono. (2016b). *No Title*.
- Sujarweni. (2015). *No Title*.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Susilowati, F., & Harsono, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih dan Kepercayaan Merek Terhadap Retensi Pelanggan Wardah Kosmetik Di Kabupaten*. 17(2), 394–402.
- Swastha. (2014). *No Title*.
- Syamsul, H., Modding, B., & Dewi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Dessert pada By.Uwibama di Kota Makassar. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(2), 450–475.
- Teddy, A., Amanda, D., & Se, Z. (2020). *Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung the Influence of Brand Image , Price , and Product Quality on Purchase Decisions Through Gofood Application in Bandung City*. 7(2), 5422–5428.
- Umar. (2014). *No Title*.
- Untarini, W. dan. (2016). *No Title*.
- Wahyuni, S., & Zuliyanto, M. (2021). *GORENG TROPICANA SLIM PADA HYPERMART PONOROGO CITY CENTER DI*. 15, 115–122. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.20275>
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan

Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2058–2067. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>

Widianingsih. (2019). *No Title*.

Widodo. (2017). *No Title*.

Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>

Zia, A., Younus, S., & Mirza, F. (2021). Investigating the Impact of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity: The Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(2), 1091–1106.

**UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA ‘YPTK’ PADANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : **Vivin Utari Noplika**  
No. BP : 16101155310454  
Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : **“PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BATIK TANAH LIEK CITRA MONALISA DI KOTA PADANG”**

Dosen Pembimbing : 1. 1. **Yosi Yulia,MM,Ak,CA**  
2. **Fitriyeni,SE,MM**

<b>Tanggal</b>	<b>Komentar Pembimbing</b>	<b>Tanda Tangan Pembimbing</b>
20 Juni 2021	Perbaiki bab 1 2 dan 3 dan buat kuesioner	
04 Juli 2021	Bimbingan Kuesioner dan Acc Kusioner	

**KETENTUAN**

1. Konsultasi dengan dosen pembimbing minimal 5 (lima) kali
  2. Setiap konsultasi harus membawa kartu bimbingan
  3. kartu yang hilang atau tidak dibawa saat konsultasi tidak dilayani
- jika tidak memenuhi kriteria diatas, Skripsinya **DIBATALKAN**