

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Adi Satria, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2).
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, V(1), 124–143.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Daruwati, K., Sunarso, & Wibowo, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei pada Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17, 194–204.
- Denniswara, E. P. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My IDEAS. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 480–488.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Khalis, sayid muhammad, & Halimatussakdiah. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Beli yang Dimediasi oleh Kepercayaan pada Pengguna Layanan Pemesanan Hotel Online di Kota Banda Aceh. *Jurnal*

*Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 550–564.

- Kotler, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran , Jilid 1 Edisi Ke 13*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Alfabeta.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget di Shopee Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rahmi, D. T., & Nizam, A. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Konsumen Traveloka.Com Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(3), 70–85.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–11.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Soltani, M., Esfidani, M. R., Jandaghi, Gholamreza, Nima, & Soltaninejad. (2016). *The Effect of Service Quality on Private Brand Image and Purchase Intention in The Chain Stores of ETKA*. *World Scientific News* 47.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.

- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen)*. PT Buku Seru.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset.
- Wayan, P. N., & Sulistyawati, E. (2013). *Bauran Pemasaran*.
- Widhiarti, A. (2016). *Pengaruh Jasa Layanan, Harga, Proses Terhadap Kepercayaan dan Perilaku Penggunaan Ulang Masyarakat pada Advokat di Kabupaten Jember*. 10(2), 203–215.
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond'S)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 16–22.