

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Z., Yani, D., & Retnosary, R. (2025). *The Impact Of Brand Trust And Brand Awareness On Purchasing Decisions In Micro , Small , And Medium Enterprises : Lavanda Brownies Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Lavanda Brownies * Coresponding Author*. 6(4), 4086–4101.
- Ariowibowo, S., Wibowo, I., & Safrianto, A. S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Pengalaman Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2), 175–182.
- Ariyan, H. (2013). Pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen atas merek terhadap keputusan pembelian ulang minuman Aqua di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(01), 1–11.
- Artiniwati, N. N. J., Rinuastuti, B. H., & Septiani, E. (2022). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust Dalam Pembentukan Brand Loyalty Produk Scarlett Whitening. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 2(2), 50–60. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jseit>
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i2.381>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 167–186.
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., Asteria, B., Nugroho, M. A. S., Assery, S., Nurwahyudi, M. R., Fajar, R. N., Kuswanto, N. M., Renaldy, F., Umam, M. K., Elyta, E. K., & Risdiyanti, F. D. (2023). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.
- Delgado-Ballester, E., & Luis Munuera-Alemán, J. (2001). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11–12), 1238–1258. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006475>
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research*, 1(5), 113–123.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Juli, V. N., K, A. A. Y., Aprilia, E. P., Zakariya, M. N., Riski, M., Agustin, N., & Darmawan, D. (2025). *Pengaruh Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kekinian Universitas Sunan Giri Surabaya , Indonesia mengidentifikasi barang yang disesuaikan dengan keperluan dan keinginan konsumen*.

- Karim, K. (2023). Keputusan Pembelian Emosional Pelanggan Beretnis Bugis di Kota Makassar, Indonesia. *Jssha Adpertisi Journal*, 3(1), 41–49. <https://doi.org/10.62728/jsshha.v3i1.423>
- Lova, T. K., & Raharjo, S. T. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP PURCHASE DECISION KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK DAN BRAND TRUST SEBAGAI MEDIATOR (Studi pada Konsumen Somethinc). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Manajemen, J., Ilmu, F., Politik, I., Mulawarman, U., Kuaro, A. J., & Timur, K. (2025). *Pengaruh Harga , Promosi , Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kopi Kenangan pada Mahasiswa Fisip Unmul Harga dari suatu produk yang dibelinya . Seseorang bersedia membayar lebih mahal untuk produk*. 2(September).
- Mangiri, N. J. S., & Sasabone, L. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Manik, C. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Astra International, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 111–117.
- Maulana, M. R. (2025). *Pengaruh Influencer , Brand Trust Dan Media Sosial Terhadap Repurchase Intention Bakso Mas Roy Cabang MERR Surabaya*. 5(1), 270–290.
- MBA, Especialistas en finanzas, C. W. A. M. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9. <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Merry Margareth Pelulessy, Erlinda Tehuayo, & Steven Ruhlessin. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nescafe Di Kota Ambon. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 323–341. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i4.435>
- 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,”* 4(1), 1. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>
- Pelulessy, M. M. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Merek , Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nescafe Di Kota Ambon*. 1(4).
- Pengalaman Merek Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dimediasi Kecintaan Merek Konsumen Laptop Berbasis Intel Di Kota Semarang Ting,

- P., Ivan Pranata, L., Basiya, R., & Stikubank, U. (2024). The Influence Of Brand Experience And Brand Satisfaction On Brand Loyalty Mediated Intel-Based Laptop Consumer Brand Love In Semarang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1066–1074. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Putri, C. N. A., & Nadzir, M. M. (2023). Pengaruh Keterlibatan Merek dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening. *Journal of Ecotourism and Rural Planning*, 1(1), 1–15.
- Simarmata, B., & Lawrence, A. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN*.
- Sujana, E. R., & Sari, D. K. (2023). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Pengaruh Brand Experience dan Brand Engagement terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi*. 5, 554–558. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i2.567>
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 32(1), 25–41. <http://ojs.uaaj.ac.id/index.php/modus/article/view/3194>
- T, E., & Ahyar, J. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 47–55.
- Wijaya, V. T., & Pahar, B. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pengguna Gojek. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14(1), 1–10. <https://doi.org/10.37477/bip.v14i1.241>
- Winata, I. G. K. A., Prastiwi, N. L. P. E. Y., & Sanjaya, N. M. W. S. (2018). Tourism Experience Design dan Penciptaan Nilai Pelanggan Pada Pariwisata di Bali. *Artha Satya Dharma*, 11(1), 245–262.
- Yanti, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 49–59. <https://jurnal.adptersi.or.id/index.php/JEMA/article/view/111/74>
- Yofina Bintang Cahyani, Amelia Pristian Syah Putri, Fitria Damayanti, Fitri Ariani, Rokhmad Thoriqul Hidayat, & Didit Darmawan. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(2), 126–141. <https://doi.org/10.59841/excellence.v3i2.2776>
- Yusran, H. L., Khotijah, N., Judijanto, L., Apriyanto, A., Kushariyadi, K., Hidayah, N., Nora, L., Pracoyo, A., Amran, E., & Kusumastuti, S. Y. (2025). *Perilaku*

Konsumen:: Membangun Strategi Pemasaran. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.