

DAFTAR PUSTAKA

- Amron. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*.
- Andrianto, H. N., & Idris. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*.
- Andrianto, N., & Fianto, A. Y. (2020). Brand Image Among the Purchase Decision Determinants. *Jurnal Studi Komunikasi*.
- Anggraeni, Eka, L., & Prabowo, R. (2015). Analisis Beban Kerja Untuk Menentukan Jumlah Karyawan Optimal (Studi Kasus : PT Sanjayatama Lestari Surabaya). *Jurnal Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bawono, A., Isanawikrama, Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*.
- Benhardya, K. A., Hardiyansyaha, Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: mediating brand trust. *Management Science Letters*.
- Cahyani, N. S., Lopian, S. J., & Tumiwa, J. (2017). The Effect of Brand Image, Perceived Price and Perceived Quality on Consumers Purchase Decision of Pond's Skin Care Product. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Chusniartiningsih, E., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*.
- Diantari, N. P., & Jokhu, J. R. (2021). The Impact of Instagram as a Social Media Tool on Consumer Purchase decision on Nike. *Journal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitingjak, T. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Gramedia Pustaka Utama.

- Fatmawati, D., Triastity, R., & Sunarso. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Survei pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferrell, O., & Hartline, M. D. (2011). *Marketing Strategy*. USA: Thomson Corporation.
- Furaji, F., Wawrzyniak, A., Wąsikowska, B., & Łatuszyńska, M. (2013). Study on the Influence of Advertising Attractiveness on the Purchase Decisions of Women and Men. *Journal of International Studies*.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. V., Linawati, Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*.
- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchasing Decisions Through Brand Trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journal*.
- Hartono, J. (2014). *Metode Penelitian Bisnis, edisi ke-6*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Hastuti, N. B., Rommy, M. A., & Nur, A. R. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*.
- Hasyati, R. D., & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Sepatu Bata dengan Minat Beli Sebagai Mediasi (studi pada konsumen toko sepatu bata semarang) . *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* .
- Hegner, S. M., & Jevons, C. P. (2016). Brand trust: a cross-national validation in Germany, India, and South Africa. *Journal of Product and Brand Management*.
- Hendra, & Lusiah. (2017). Impact of Brand Image, Product Quality and Self-Efficacy on Purchase Decisions on Private Label Rights Products. An Empirical Study. *Expert Journal of Business and Management*.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- J.Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Jakarta: PT Kencana.

- Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis, seventh edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Juliana, & Johan. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan memilih universitas dengan brand trust sebagai variabel intervening. *Journal of Business and Banking*.
- Kaura, V. (2012). A Link for Perceived Price, Price Fairness and Customer Satisfaction. *Pacific Business Review International Journal*.
- Keller, K. L. (2009). *Strategic Brand Management*. Pearson Education.
- Khoirinnisa, E., Gumilar, I., & Nurhayati, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga (studi kasus di CV.Bening Jati Anugrah, Kabupaten Bogor). *Jurnal Perikanan Kelautan*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. London: Pearson Education.
- Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: mediating effect of price discount affect. *Springer Open*.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21–47.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Friend Chicken Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Maulana, Y. S., Marista, M., Nurjanah, D. S., & Hadiani, D. (2021). The Effect of Brand Image and Brand Trust on Oppo Cellphones Purchase Decision in Banjar City. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Murwatiningsih, & Apriliani, E. P. (2013). Pengaruh Risiko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Dinamika Manajemen*.
- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada MediaGroup.

- Oscar, Y., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- P, I. M., & Cahyaningrum, i. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Prakoso, M. B. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek pada pengguna Smartphone Iphone. *STIE Perbanas*.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rahma, V. A. (2018). The Influence of Brand Equity to Purchasing Decisions on Wardah Products (studies conducted at Wardah Beauty House stores, Surabaya). *International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rawung, D. R., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas produk, merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Rusmanida. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian secara online melalui Kepercayaan Merek pada E-commerce Shopee di kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Saefurahman, A., & Hadi, S. S. (2020). Price Perception, Risk, Quality of Information, and It's Effect on Online Purchase Decisions (Case Study on Millennials in DKI Jakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research*.
- Salim, F. F. (2014). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Sari, N. P., & Widowati, R. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen & Bisnis*.
- Satriawan, K. A., & Setiawan, P. Y. (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 & Social Sciences*.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setyawan, A. A., Kussudiyarsana, & Imronudin. (2015). Brand Trust and Brand Loyalty, an Empirical Study in Indonesia Consumers. *British Journal of Marketing Studies*.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung: In Media.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sofiyuddin, M. (2014). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality terhadap Brand Trust. *UIN Sunan Kalijaga*.
- Somantri, Y. B., & Atmadjaja, L. M. (2019). Analisis Kualitas Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Konsumen Mi Instan. *Jurnal Manajemen Maranatha*.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*.
- Sujarweni, V. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumaedi, S., bakti, I. G., & Metasari, N. (2011). The effect of students' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. *Journal of Management Science and Engineering*, 88-97.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Widjaja, Y. G. (2019). Effect of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality and Brand Loyalty on Purchase Decision: Case Study on ACE Hardware Indonesia Consumers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*.
- World Instant Noodle Association. (2022, May 13). Retrieved from <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>

Wulandari, E. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek dan dampaknya terhadap Loyalitas konsumen pada Hand Body Lotion Nivea. *Universitas Darma Persada*.

Yohanes, E., Ellitan, L., & Junaedi, C. M. (2021). The Effect of Endorsers and Social Media Advertising on Consumer Purchase Decison of Instagram Social Media Users with Brand Awareness as a Mediating Variable. *Journal of Entrepreneurship & Business*.