

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2009. *Analisis Statistik untuk Bisnis dengan Regresi, Korelasi, dan Nonparametrik. Edisi Pertama*. BPFE. Yogyakarta.
- Andirana, N.C. dan N. Ngatno. 2020. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1): 198-208.
- Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Chaudhuri, A. dan M.B. Holbrook. 2001. The Chain of effects from Brand Trust and Brand Effect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2): 81-93.
- Delgado, E., J.L. Muneura, dan M.J. Yague. 2003. Development and Validation Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45(1): 35-54.
- Febrianti, N. dan W. Widiartanto. Pengaruh *Word of Mouth, Brand Image, dan Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi pada Konsumen yang Membeli Yamaha Mio di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2): 24-34.
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fraenkel, J., dan N. Wallen 2008. *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill Higher Education Inc. New York.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS. Edisi Sembilan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. 2009. *Marketing*. MedPress. Yogyakarta.
- _____. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Indriantoro, N. dan B. Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.
- Irwanto, A. Rohman, F. dan Noermijati. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word of mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(1).

- Joesyiana, K. 2018. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71-85.
- Khanafi, Y. Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Instinct Footwear Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 9(2): 136-142.
- Kotler, P. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2011. *Marketing an Introduction. 10th Edition*. Perason PLC. London.
- _____. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke-12*. PT Indeks. Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke-13*. PT Indeks. Jakarta.
- Lemeshow, S., D.W. Hosmer, J. Klar, dan S.K. Lwanga. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. UGM Press, Yogyakarta.
- Lestari, S.A. dan Rahmidan, R. 2019. Pengaruh Harga dan *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *EcoGen*, 2(3): 524-531.
- Mullins, J.W. dan O.C. Walker. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach. 8th Edition*. McGraw-Hill International Edition. New York.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Pangastuti, J., Sudjiono, dan E. Prastiti. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1): 2621-2374.
- Pride, W. dan . Ferrel. 2005. *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Putra, D.E. dan D. Purbawanti. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Loffle Pop Up Dessert). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4): 1-9.

- Putri, L.S., Purnama, D.H., dan Idi, A. 2019. Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap *Fear of Missing Out* di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 21(2): 129-148.
- Rahmawati. 2022. Pengaruh Promosi, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina Pada Mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang. *Skripsi*. UIN Raden Fatah. Palembang.
- Ramadhani, H., R.E. Supeni, dan W.E. Setianingsih. 2022. Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina di Masa Pandemi Covid-19. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3): 402-409.
- Rizan, M., B. Saidani, dan Y. Sari. 2012. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1): 1-17.
- Robustin, T.P., dan A. Fauziah. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Jember. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis III (SNMB3)*: 94-101.
- Rukmana, M., R. Arifin, dan M. Hufron. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Pada Konsumen Swalayan KUD Pakis. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(3): 73-89.
- Rumawung, V., T.M. Tumbel, dan A.Y. Punuindoong. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Transmart Kairagi. *Productivity*, 2(5): 433-438.
- Sari, A.K. 2013. Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1): 285- 296.
- Sariroh, R. 2018. Penggunaan Produk Waterproof Cosmetics dalam Perspektif Medis dan Fiqh Ibadah. *Skripsi*. UIN SATU Tulungagung. Tulungagung.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sernovitz, A. 2010. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.

- Sumardy, M. Silviana, dan M. Melone. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika. Aditama Anggota Ikapi. Bandung.
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Bayumedia Publishing. Malang.
- Syamsudin dan S.D. Vismaia. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Tarigan, A. dan Z. Siregar. 2019. Pengaruh Harga dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi kasus pada OPPO Store, Sinergy Celular Medan). *Jurnal Plans*, 14(1): 17-21.
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Andi. Yogyakarta.
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi III*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. Chandra, G. 2012. *Buku Pemasaran Strategik*. andi offset.
- Tjiptono, F. dan A. Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wilujeng, S. R. dan M. Edwar. 2014. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi*, 2(1): 1-15.
- Wirdaini, M. 2018. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Promosi dan Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Online Muslimarket.com di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.