

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A.J. dan Z. J. H. Tarigan. 2017. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora* Vol 5, No. 3.
- Agus, I G., D. Iswara, I M Jatra. 2017. Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 6, No. 8.
- Agustin, S. 2018. Pengaruh Brand Image, Price Dan Trust Terhadap Purchase Intention Pemesanan Kamar Di Hotel Ibis Secara Online. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* Volume 02, No. 4.
- Ain, N., R. T. Ratnasari. 2015. Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. *JESTT* Vol. 2, No. 7.
- Ardiansyah. Rahmad. "Sejarah Berdirinya Perusahaan Xiaomi"
<http://www.idsejarah.net/2016/06/sejarahberdirinya-perusahaan-xiaomi.html>
(diakses tanggal 17 Januari 2016)
- Budiani, N. K., N. W. A. Sudiartini, A.A Elik Astari, dan I Dewa Nyoman Usadha. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Handphone Samsung Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada Galeri Teknologi Di Badung. *Jurnal Satyagraha* Vol. 02, No. 02.
- Chin, T. A., N. A. N. Salimi, Z. Sulaiman. 2018. Determinants of Brand Image and their Impacts on Purchase Intention of Grab. *Journal of Arts & Social Sciences* Vol 2, Issue 1, 26 -36.
- Chrysnaputra, R. D. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Trust Terhadap Purchase Intention Pada Jasa Umroh Di Malang. *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 2 No 1.
- Chung, J.-E., D. T. Pysarchik, S.-J. Hwang. 2009. Effects of Country-of-Manufacture and Brand Image on Korean Consumers' Purchase Intention. *Journal Of Global Marketing* Vol 22, No 21-41.
- Cuong, D.T. 2020. The Role Of Brand Trust As A Mediator In The Relationship Between Brand Satisfaction And Purchase Intention. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation* Vol. 24, Issue 06, 2020 ISSN: 1475-7192.

- Cuong, Tri. 2020. Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 7, No. 10.
- Dharmayana, I M. A., G. B. Rahanatha. 2018. Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 6, No. 4, 2046 ISSN : 2302-8912.
- Febrianto, D. M., H. Lutfie. 2020. Pengaruh Brand Image Brand Trust Terhadap Minat Beli Di Pt. Pandu Persada Bandung. *e-Proceeding of Applied Science* Vol 6, No.2.
- Gharnaditya, D., D.Saputrab, J. Felicia, Vivian. 2020. Pengaruh Product Knowledge, Sales Promotion dan Brand Image terhadap Purchase Intention Studi Kasus: Bridestory Pay. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 9, issue 2.
- Gultom, H.C., R. Ranandaru, R. H. U. Puspitasari. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang) Pada Tahun 2021. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Vol 2, No. 2.
- Hassan, S. R. U., R. A. Jamil. 2014. Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Intention For Existing Products: A Comparative Study. *Journal of Management Info* Vol. 1, No. 4, 1-8.
- Hendri dan H. Budiono. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Turst, Ewom Terhadap Purchase Intention Pada Produk H&M Pada Masa Pandemi Covid-19 Vol III, No. 2.
- Ikhsani, K., C. C. Widayati, N. E. R. Wuryandari. 2021. Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Kewirausahaan* Volume 1, Issue 1, 66-75.
- Ismayanti, N. M. A., W. Santika. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 6, No. 10, 5720-5747 ISSN : 2302-8912.
- Juliana, J., J. Johan. 2020. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Universitas Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business and Banking* Volume 9, No 2.

- Kakkos, N., Trivellas, P., & Sdrolias, L. (2015). Identifying Drivers of Purchase Intention for Private Label Brands. Preliminary Evidence from Greek Consumers. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 175, 522–528.
- Keller, L., Kevin. 2003. *Strategic Brand Manajemen: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Khoiruman, M. (2015). Pengaruh Tukul Arwana Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Masyarakat (Studi Kasus Iklan XL versi Tukul Arwana). *Kelola*, 2(3), 2337–5965.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, H.A., F. Indriani. 2018. Pengaruh Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk, Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Motor Kawasaki Ninja 250 Fi Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management* Vol 7, No. 4.
- Kusuma, E.J.W. 2017. Peran Citra Merek, Persepsi Harga, *Perceived risk* Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiaomi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol IX, No. 2.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 78–88. www.dailysocial.id
- Maghfiroh, A., Z. Arifin, Sunarti. 2016. PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 40, No. 1.
- Martin V. H dan H. Subagio. 2013. Analisa Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tenaga Penjual (Trust In Employee), Dan Kepercayaan Terhadap Merek (Trust In Brand) Terhadap Niat Beli (Purchase Intention) Konsumen Pada Bernini Furniture Di Surabaya, Dan Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 2, 1-12.
- Martinayanti, N. M. P., P. Y. Setiawan. 2016. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi *Perceived risk* Pada Niat Beli Produk Fashion Via Instagram Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 5, No. 4.

- Nugroho, D.A., S.S. Iriani. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Fashion Brand Lokal Giyomi Pada Generasi Y Dan Z. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 8, No. 4.
- Octavianus, V., W. Suprpto. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Online Store Image Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Risk Pada Produk Sneakers Adidas. *AGORA* Vol 8, No. 1.
- Prasasti, W. 2014. “Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Pada Produk Sticker Aplikasi Jejaring Sosial Line”.
- Pratama, R., B. Widjajanta, G. Razati. 2017. Co-Branding Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisni* Vol 17, No. 1.
- Purnomo, T. 2018. Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Herbalife Di Surabaya. *Agora* Vol 6, No: 1, 1-7.
- Putra, I K. T. D., E. Sulistyawati. 2015. Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 4, No. 6, 1722-1734 ISSN: 2302-8912.
- Putra, I.P. A. P. A., I.P. G. Sukaatmadja, I G.A.K. Giantari. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, *Perceived risk*, Terhadap Kepercayaan Dan Niat Beli E-Ticket Pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* Vol 5, No. 9.
- Putri, C.I.D., I.B. Sudiksa. 2018. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh *Perceived risk* Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 7, No. 7.
- Rachmawati, A., G.O. Widana. 2019. Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Liquidity* Vol. 8, No. 2.
- Richardson, A., J. E. Miller, P. Gross, L. Langton. 2013. Influence of Celebrity Endorsement of Advertisement on Students’ Purchase Intention. *Apejoye, J Mass Communicat Journalism*, 3:2, ISSN: 2165-7912.
- Roshan, P. A. A., I. B. Sudiksa. 2019. peran brand image memediasi pengaruh celebrity endorser terhadap purchase intention. *E-Jurnal Manajemen* Vol 8, No. 8, 5164-5181 ISSN : 2302-8912.
- Saputra, D. 2020. Pengaruh Brand Image, Trust, Perceived Price Dan Ewom Terhadap Purchase Intention Smartphone Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol 5, No. 5.

- Sarah, S., A. Rachman, T. Febrianti. 2019. Pengaruh Fashion Lifestyle, Design, Dan Selebrity Endorser Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Umkm Cibaduyut, Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun* Vol 18, No. 3.
- Sari, N. P. dan W. Retno. 2014. Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1): 60-79.
- Sari, D.P. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Life Style Terhadap Purchase Intention Studi Kasus Pada Pt. Yamaha Alfa Scorpii Botania Batam. *Open Journal System* Vol 3, Nomor 1, e-ISSN : 2621-9441 p-ISSN : 2623-1041.
- Siregar, Findi Ruzika Audini, Isfenti Sadalia, Beby Karina Fawzeeza Sembiring. 2019. The Influence Of Celebrity Endorser To The Purchase Intention Of Medan Napoleon Cake With Brand Image As Intervening Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research* Vol 100, International Conference of Organizational Innovation.
- Suliyanto. 2011. “*Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*”. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabet.
- Supriyadi, Y. Fristin, G Indra. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol 3, No. 1.
- Sari, D.P. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Life Style Terhadap Purchase Intention Studi Kasus Pada Pt. Yamaha Alfa Scorpii Botania Batam. *Open Journal System* Vol 3, Nomor 1, e-ISSN : 2621-9441 p-ISSN : 2623-1041.
- Yohanna dan T. S. Ruslim. 2021. Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Gucci. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* Vol III, No. 2.