

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, L. (1963). Sales Promotion Effectiveness Can Be Measured. *Journal of Marketing*, 27(4), 69. <https://doi.org/10.2307/1248649>
- Adrian junio. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Ter. *AGORA Jurnal Bisnis*, 5, no: 3, 3–4.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4). <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- B. Alexander, D. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Calvin, & Samuel, H. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Economic Benefit Terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT. Sequislife di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–11. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1999>
- Efendy, P., & Suryadinata, Y. A. (n.d.). *Analisa Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Di Restoran D ' Cost*. 613–627.
- Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Ed.12 Jilid 1. Diterjemahkan oleh Bob Saran. Jakarta: Erlangga.
- Luthfiana, N. A. (2019). 23683-48236-1-Sm. 1–7.
- Martínez Salinas, E., & Pina Pérez, J. M. (2009). Modeling the brand extensions' influence on brand image. *Journal of Business Research*, 62(1), 50–60. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.006>
- Nasution, R. K. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Universitas Muhammadiyah .... *Umsu*, 43. <http://repositori.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/6686>
- Noor, M. F. (n.d.). 1121-2022-1-Sm. 127–140.
- Oktiani, A., Khadafi, R., Ekonomi, F., Moch, U., Jember, S., Com, A., & Id, K. C.

- (2018). the Effect of Brand Awareness, Brand Image and Word of Mouth on Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Brand Trust and Establishment of Brand Loyalty in C'Bezt Friedchiken Customers, Sub District Genteng, Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282.
- Plumeyer, A., Kottemann, P., Böger, D., & Decker, R. (2019). Measuring brand image: a systematic review, practical guidance, and future research directions. *Review of Managerial Science*, 13(2), 227–265. <https://doi.org/10.1007/s11846-017-0251-2>
- Prasetio, B., & Rismawati, Y. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(2), 57–65. <https://doi.org/10.31955/jimea.vol2.iss2.pp57-65>
- Pratiwi, H., Sinaga, K., Wulandar, S. E., Riyadh, M. I., Andriani, L., & Ginting, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Pada Masyarakat Medan Marelan. *Open Journal Systems*, 16(1978), 7197–7210.
- Reza, F. (2016). Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 64–74. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.6>
- Rosalina, F., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1), 139–148.
- Stevy, B. P. (2019). Brand image. *New Scientist*, 165(2229), 57.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Tegowati. (2019). Minat beli ulang Handphone evercross dipusat perbelanjaan handphone WTC Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Wijaya, N. & W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.