

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2003). *The Power of the Branded Differentiator*. MIT Sloan Management Review, 45(1).
- Achmadi, Narbuko. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anugrah, H. G. (2016). *the Impact Of Perceived Price, Perceived Quality, Perceived Value And Sales Promotion On Purcuse Intention Of Ciptadent In Surabaya*.
- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action, Edisi 3*, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS.
- Durianto, Darmadi. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen, edisi kedua*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya*. Universitas Kristen Petra.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hercento, A. (2018). *Pengaruh Perceived Scarity Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pembeli Game Of Limited-Amount Version Di Surabaya*. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 2389–2403.
- Keller, K. L. (2013). *and Measuring , Brand Managing Customer-Based Equity*. *JSTOR*, 57(1), 1–22.
- Kinnear, Thomas C. and James R. Taylor, (1995). *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J., dan Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism. Second Edition*. Prentice Hall Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P., & Kevin , L. K. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. Inc: Pearson Education.

- Kotler, Philip. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*, (9th ed). Jakarta : Upper Saddle River: Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, H. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. (Studi pada Brand Restoran McDonald's di Kota Malang). *4*(2), 228–239.
- Kurniawan, H. A., & Indriani, F. (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*, *7*(4), 1–13.
- Lau, geok theng, & Lee, sook han. (1999). Consumers ' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, *4*(1999), 341–370.
- Mardelena, T. novi, Lubis, R., & utami, sorayanti. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *magister msnsjemen*, *2*(1), 99–114.
- Panjaitan, A. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Awan Pancake Strawberry Kec. Berastagi, Kab. Deli Serdang)*.
- Prasetyo, S. H., & Suseno, Y. D. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. *ekonomi dan kewirausahaan*, 159–166.
- Putri, D. W., & Utama, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, Dan Kebutuhan Akan Keunikan Terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxury Brand Pada Generasi Y. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, *III*(1), 176–185.
- Radarmalang.jawapos.com/malang-roya/kota-malang/02/04/2021/store-ibox-pertama-di-malang-sudah-ada-di-mog. Diakses pada April 2021.
- Ramadhan, A. G. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Pembelian Pada Smartphone Redmi (Studi Kasus Konsumen Smartphone Redmi di Kota Solo)*.
- Santoso, tri agus, & Mardian, I. (2020). pengaruh brand image dan brand trust terhadap minat beli pada produk avocado mantul. *ekonomi manajemen ETIS*, *1*, 2550–1062.

- Sari, N. P., & Widowati, R. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek , Kualitas Persepsian , Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 6(1).
- Schiffman, Leon. G & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setiawaty, novia anggreiny. (2017). Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa / I Universitas Gunadarma , Depok). *ekonomi bisnis*, 22, 47–56.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpti, W. (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Bali : Udayana University Press.
- Swasta & Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Edisi 1, Cetakan 3*. Yogyakarta.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). consumer perceived value: the development of multiple item scale. *Journal of Retailing*.
- Tjiptono, Fandy (2007). *Pemasaran Jasa, edisi pertama, cetakan ketiga*. Malang: Bayumedia publising.
- Viopradina, Y., & Kempa, S. (2021). Pengaruh Brand Awareness , Perceived Value , Brand Personality , Organizational Association , Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Pada Aplikasi Belanja Online. *Agora*, 9(1).
- Zeithaml, valarie a. (1988). Consumer Perceptions Of Price , Quality , And Value : A Means-. *journal of marketing*, 52, 2–22.