

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Delgado., et al, 2015. Development and Validation of a Brand Trust Scale, *International Journal of Market Research*, vol 45, No1, PP 35-34.
- Foster, Bob dan Iwan Sidharta. 2019. *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Gitosudarmono, I. (2000). *Marketing Management (Edition II)*. BPFE
- Kevin Lane Keller, 2016. *Strategic Brand management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 3rd Edition*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing Management* (edisi 15e). Boston: Pearson Education.
- Martini, I. D. (2015). The Influence of *Brand Image on Brand Loyalty Brand Trust* as a Medias variable.
- Nirwana SK Sitepu, 2014. *Analisis Jalur*. Bandung: Jurusan Statistika Universitas Padjadjaran
- Rizan. M, dkk. 2017. “ Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro”. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol.3, No.1.
- Rumyeni. & Evawani Elysa Lubis. 2015. *Komunikasi Pemasaran*. Pekanbaru : UR Press.
- Weenas, Jackson. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Desember 2013. Hal. 607-618.
- Wikan Wiridjati dan Renny Risqiani Roesman. 2018. Fenomena Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya pada Generasi Milenial terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 11 No. 2 ISSN : 2442 - 9732 (Online) ISSN : 0216 - 3780 (Print)*