

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rian Buchory, & Andriansyah Bachtillah Putra. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(2), 33–41. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i2.56>
- Ahnaf, M. F., & Lestari, W. D. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Online Di Aplikasi Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 80. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.970>
- ALFAHREZA, C. (2023). AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (Studi Pada Mahasiswa FE Universitas Semarang). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Merek Aqua*.
- Alhikam Pratama, R. S. K. F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 3, 252–264. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/sneba/article/view/5190>
- Andriani, P., & Heriyanto, M. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rotte Bakery Cabang Delima. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 318–329. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3545>
- Angguelyna, S., Slamet, afi rachmat, & Mahardani, ahmad subhan. (2024). Pengaruh Lifestyle, Quality Product, Online Customer Review, Dan Online Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *Riset Manajemen*, 13(01), 1718–1727.
- Ariana, K., & Yulianthini, N. N. (2025). *Top Brand Index Fase 1 Kategori Smartphone Tahun 2021 – 2024*. 11(1), 473–484.
- Asmi, M. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Trust, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 86–93. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3688>
- Azizah, Y. N., Rizal, M., & Ahmad Subhan Mahardani. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Lifestyle Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dan, K., Beli, M., & Keputusan, T. (2024). *Pembelian Di Pamela Empat*. 8(1), 39–52.
- Devi Sandra. (2025). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 4(1), 200–211.

- Dzakiyah, R., & Sutrisna, E. (2025). Pengaruh Lifestyle dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Erafone Pekanbaru. *ECo-Buss*, 7(3), 1536–1547. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.1151>
- El gozmir, H., Makhrouf, S., & Chouhbi, A. (2024). Fundamental Models of Consumer Purchasing Behavior. *Revista Multidisciplinar*, 6(2), 7–10.
- Faisol, A., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Love, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Fatimura, M., Masriatini, R., & Pratama, A. (2021). Analisa Kualitas Air Minum Isi Ulang dan kemasan di daerah Kenten LAut. *Jurnal Redoks*, 6(1), 66. <https://doi.org/10.31851/redoks.v6i1.5652>
- Febrian, R., Fadhli Nursal, M., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). *Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*. 2(7), 847–857. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.2282>
- Firdaus, & Tunggal, A. T. (2023). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merek Aqua Kemasan Galon Studi Kasus Menur Pumpungan Sukolilo Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 3(1), 30–35.
- Firmadona, A., Kusumah, A., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Marcks Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 4(1), 1576–1588.
- Gultom, A. P. P., & Fadli, M. (2024). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Agung Toyota Pangkalan Kerinci, Pelalawan, Riau. *ECo-Buss*, 6(3), 1127–1136. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1066>
- Hakiki, F. N., Emti, D., Manajemen, P. S., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2025). *in Pekanbaru City Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung di Kota Pekanbaru membantu aktivitas manusia . Tidak dipungkiri bahwa handphone sudah menjadi akhirnya handphone layar lebar (t. 2(1), 78–92.*
- Halifah, N., Rizal, M., & Hardaningtyas, R. T. (2025). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Brand Awareness Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Di Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 1503–1512.
- Harifin, M. G., & Paramita, S. (2024). Pengaruh Brand Trust dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Prologia*,

8(2), 401–409. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27641>

- Hasri, S. (2024). *Analisis Pengaruh Relationship Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada CV Timur Angin Cold di Kabupaten Mamuju Abstrak Pendahuluan*. 7(4), 651–657. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v7i4.1465>
- Hidayat, Y. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Mataram*. 4(1), 391–402.
- I Gusti Agung, W. P., & Ni Luh Ayu, E. P. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Jaringan Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Singaraja. *Jnana Satya Dharma*, 12(2), 1–15. <https://doi.org/10.55822/jnana.v12i2.428>
- Indriani, K., & Arifiansyah, R. (2025). Pengaruh EWOM, Brand Trust, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Subway. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1945–1951. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.694>
- Machbubah, S., & Fahmi, M. F. (2024). Pengaruh Halal Knowledge, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(3), 11–23. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Mokodompit, M. R., Tinneke, T., & Kalangi, J. A. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Mutya Afisa, & Muhajirin Muhajirin. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 210–220. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2874>
- Nadhofati, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Convex 4ply*. 1–9. <http://eprints.universitaspurabaya.ac.id/id/eprint/1195>
- Permatasari, D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Club. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1107–1117. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4119>
- Priscilla, G. M. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan KEwirausahaan*, 4(4), 106–110. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Pujianingsih, V. P., Sari, D. K., & Hariasih, M. (2025). Brand Image, Product

- Quality, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal E-Bis*, 9(1), 302–318. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i1.2338>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Rahmawati, R., Darmawan, A. P., Sari, M. D., & Hidayatullah, M. S. (2025). *Peran Kualitas Produk , Brand Image Dan Brand Trust Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Masyarakat Kota Probolinggo)*. 10(1), 336–343.
- Rochman, A., Oftamala, D., & Anggara, D. (2024). *Pengelolaan Amdk Air Mineral Oleh Negara Sebagai*. 11(September).
- Ruslan, D., Dachi, I., Theresia, L., & Azmi, N. (2025). Persaingan Pasar Air Mineral Indonesia: Kajian Diferensiasi Produk Dan Penetapan Harga Aqua, Le Minerale, Dan Cleo. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 809–820.
- Samuel Natamaro Purba, & Mariana Simanjuntak. (2024). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(3), 151–167. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i3.3816>
- Shahirah, N. V., & Akhiruddin, A. (2025). The Influence of Healthy Lifestyle, Brand Trust and Product Quality on Purchasing Decisions on Herbalife Nutrition Products. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 621–634. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i1.1177>
- Sianturi, A. G., Pudjoprastyono, H., Azhar, R. M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2024). *Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur - Indonesia 1,2, 3 Program*. 17(3), 5–11.
- Sihombing, J. S. F., & Adlina, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser (Sehun), Brand Trust, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab (Studi Pemasaran Produk Whitelab Pada Followers Instagram @Whitelab.Id). *EBISMAN : EBisnis Manajemen* , 2(2), 70–82.
- Suyatno, A., & Yacob, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel Yang Dimediasi Oleh Manajemen Saluran Distribusi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 256–270. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.28366>
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infv6i1.856>

- Syifa, N., & Khotimah, H. (2025). *Pengaruh Content Marketing , Customer Engagement dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merk Glad2Glow*. 4(2), 4735–4741.
- Utami, A. R. (2024). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust. dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gula Semut Semedo Manise*.
- Wijanarko, D., Mahmud, M., Haziroh, A. L., & Fatmawati, E. R. (2025). Peran Brand Image, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 112–123. <https://doi.org/10.51903/pbq53q10>
- Yuliana Putri, A., Setyariningsih, E., & Syamsul Hidayat, M. (2024). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang Iphone dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating di Mojokerto. *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 97–114.
- Zalfachita. (2024). Pengaruh Harga, word of mouth , dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk implora cosmetics (studi pada mahasiswa stiesia surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5737>