# DAFTAR PUSTAKA


Achmad Yanu Alif Fianto, Djumila Hadiwijojo, Sito Aisjah & Solimun. *The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Trough Brand Trust*. *Business Management and Strategy*. VOL5 NO.2 *September* 2014, Hal 58-76. ISSN 2157-6068

Adrian Junio Adiwidjaja dan Zeplin Jiwa Husada Tarigan. Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Converse*. Agora. VOL.5 NO.3 2017

Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.

Alfredo R.Y.Tawarik, S.L. Mandey, H.N. Tawas. 2014. *Merek Dan Fashion Involvement Pengaruhnya terhadap Perilaku Impulse Buying pada Konsumen*. Jurnal EMBA Vol.II No.2

Alhusin Syahri. 2003. *Aplikasi Statistik dengan SPSS.10 for Windows*. Yogyakarta : PT.Rineka Cipta

Anugrah Tri Laksamana, Nurani Ika Kusuma W. Peran *Threat Emotion* Konsumen Dan *Brand Trust*. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen. VOL15 NO.2 Desember 2015 Hal 205-211

Anung Pramudyo Mewujudkan Pelayanan yang Memuaskan pada Pelanggan. JMBA VOL.3 NO.1 Maret 2016 Hal 32-43 ISSN 2252-5483

Arikunto, Suharsimi. 2009. Manajemen Penelitian. Jakarta : PT. Rineka Cipta

Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Ygyakarta : Pustaka Belajar

Chethana Achar, Jane So, Nidhi Agrawal and Adam Duhachek. *What we feel and why we buy: the Influence of Emotions on Consumer Desicion-Making. Current Opinion in Psychology.* 2016

Cristia Janto 2017 *Apakah Kamu Salah Satu Faktor Penyebab Pesatnya Pertumbuhan Internet Di Indonesia*. Diakses pada 19 April 2018 dari https://www.exabytes.co.id/blog/apakah-kamu-salah-satu-faktor-penyebab-pesatnya-pertumbuhan-internet-di-indonesia/

Danny Alexander 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. VOL.2 NO.1 2014 Hal 1-9

Dhio Panji, Hari Susanta N & Sri Suryoko. Pengaruh *Threat Emotion* , Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Kota Semarang. *Journal Social and Politic*. VOL.3 NO.1 2013 Hal.1-10

Eko Putra Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Merek Dan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Pasaman Barat. E-Jurnal Apresiasi Ekonomi. VOL.4 NO.3 Agustus 2016, Hal.165-168 ISSN 2337-3997

Endang Sulistya Rini Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan. Jurnal Ekonomi. VOL.16 NO.1 Januari 2013. Hal 30:38

Erna Ferrinadewi Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya. Jurnal Kewirausahaan. VOL.1 NO.7 2008. Hal 1:11

Ferdian Adi Pratama & I Made Bagus Dwiarta. Pengaruh *Brand Trust* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Beat Di Kecamatan Karangpilang, Kota Surabaya. Majalah Ekonomi. VOL.22 NO.1 Juli 2017, Hal.111-115 ISSN 1411-9501

Gunarsa, Singgih D 2008. *Psikologis Anak Psikologis Perkembangan Anak dan Remaja*, Jakarta: PT BPK Gunung Mulia

Gurjati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Husein Umar, 2004, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Cet ke 6, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis.* Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada

Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Jasa Suatma. Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Prengarunya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang. Jurnal STIE Semarang. VOL.5 NO.2 Juni 2013. Hal 19-35. ISSN 2252-7826

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga

Krishna Santosa Yusati. Penerapan Variabel *Trust In A Brand* Dan *Threat Emotion* Dalam Mempengaruhi *Buying Motive Decision*. Dinamika *Social* Ekonomi. VOL.7 NO.1 MEI 2011

Kate Sweeny & Michael D Doodle The Surprising Upsides of Worry. *University Of California, Riveside.* Soc Personal Psychol Compas. February 2017. DOI: 10.1111/spc3.12311

Maylesa Dea Marantika & Drs. Saryadi,M.Si. Pengaruh *Threat Emotion* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Kecamatan Jambu. Jurnal Departemen Administrasi Bisnis. VOL.6 NO.3 2017 Hal.1-10

Mubarak. 2007. *Promosi Kesehatan Sebuah Pengantar Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan.* Yogyakarta : Ghara Ilmu.

Namora Lumongga Lubis 2009. *Depresi Tinjauan Psikologis* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Natasya Priskilia Soriton, Bode Lumanauw. Lucky O. H. Dotulong. Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Pada Kentucky Fried Chicken MTC Manado. Jurnal EMBA. VOL.2 NO.4 Desember 2014. Hal 546-557 ISSN 2303-1174

Ni Made Rahayu Wulandari & I Ketut Nurcahya. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. VOL.4 NO.11 2015 Hal.3909-3934 ISSN 2302-8912

Nur Amalina Fildzah dan Devilia Sari. Pengaruh *celebrity Endorser* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Social Instagram. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 11, No. 2, 2017 ISSN : 2443-0633

Nur Maya Sari Rahmadana, denga judul "Pengaruh Dispaly Produk dan Suasana Toko terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda", ejournal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 4 No. 3 tahun 2016, ISSN : 2355-5408, hal. 683-697

Rahmi Yuliana Analisis Pengaruh Strategi Service Recovery yang Dilakukan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah di Kota Semarang. Jurnal STIE Semarang. VOL.4 NO.2 Juni 2012. Hal 39-52 ISSN 2252-7826

Retno Dewanti, Ishak Ismail, & Muhammad Jalu Tashrihanto. *Analysis Of Influence Brand Trust And Brand Image Towards Purchase Descision The Private Label Product And Their Impact On Brand Loyalty*. *International Annual Symposium On Management. March 2010*

Saritialis. Pengaruh *Threat Emotions* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Nyamuk Oles Merek Sofel. 2013

Savitri Ramaiah. (2003). *Kecemasan Bagaimana Mengatasi Penyebabnya*. Jakarta: Pustaka Populer Obor.

Schiffman, Leon G, Kanuk Leslie Lazar. 2008 *Prilaku Konsumen Edisi Ke Tujuh.* Jakarta : Indeks

Sri Rahayusih & Muhammad Edwar Wilujeng. Pengaruh *Brand Awarness* Dan *Brand Trus* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. Jurnal Pendidikan Tata Negara. VOL.2 NO.2 2014

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Tias Windarti & Mariaty Ibrahim Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru. Jom Fisip. VOL.4 NO.2 Oktober 2017. Hal 1-10

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Agung Media.

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya*. Bandung: Fakultas Ekonomi UNIKOM.

Umi, Narimawati, Linna, Ismawati & Sri Dewi, Anggadini. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis.

Wicak Hidayat 2018 *Pengguna Internet Nomer Enam Dunia*. Diakses pada kamis 19 April 2018 dari: https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

Yudhi Soewito. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal EMBA. VOL.1 NO.3 Juni 2013. Hal 21-229 ISSN 2303-1174