

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. S. (2024). *Pengaruh Brand Reputation dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention McDonald's di Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The influence of product quality, service quality and price to purchase decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261-272.
- Alyani, N. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktokshop (Studi Kasus Pada Gen Z di Palembang). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6).
- Arts, J. W. C., Frambach, R. T., & Bijmolt, T. H. A. (2011). Generalizations on consumer innovation adoption: A meta-analysis on drivers of intention and behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 28(2), 134–144. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.11.002>
- Bulu, D., Pramitasari, T. D., & Minullah, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Riski Pakan Burung Di Situbondo Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 3(10), 2055-2069.
- Bidol, S., & Suryadi, D. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Usaha Kecil Di Kota Makassar . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(2), 13-27.
- Buchory, A. R. (2024). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Babbie, E. (2013). *The Practice of Social Research* (13th ed.). Cengage Learning.

- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *eCo-Buss*, 6(1), 166-178.
- Dwiyanti, N. M. (2024). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale Development: Theory and Applications* (4th ed.). Sage Publications.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi dan manajemen* (Edisi ke-3). Wiidya Gama Press STIE Widya Gama Lumajang.
- Delgado-Ballester, E. (2004). Applicability of a brand trust scale across product categories. *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 573–592.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishers
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0* (Edisi ke-1). Semarang: Yoga Pratama. ISBN 978-602-0896-80-9.
- Grant, J., & Davis, L. L. (1997). Selection and use of content experts for instrument development. *Research in Nursing & Health*, 20(3), 269–274.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135
- Hidayah, E. N., & Rahmawan, G. (2021). The influence of product quality, price, product innovation and brand image on purchasing decisions of instant noodles in Indonesia. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 3(1), 1564-1571.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota (Adventina Evriati Sitorus, 2024)Gresik. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(4), 360-369.
- Hidayat, A., Supardin, L., Trisninawati, T., & Alhempy, R. R. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Takaza Innovatix Labs
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.
- Hair F, (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Australia: Marko Sarsted Universitas Otto-Von-Guericke, Magdeburg, Jerman dan Universitas Castle Australia.
- Hair F, (2021). *Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM) menggunakan R*. Swiss : Springer Nature Switzerland AGalamat Perusahaan.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning
- Hasanah, U. (2023, October). Pengaruh Inovasi Produk, Content Marketing dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV.

- Blackpaint PrintShop Pekanbaru. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 46-55).
- Haynes, S. N., Richard, D. C. S., & Kubany, E. S. (1995). Content validity in psychological assessment: A functional approach to concepts and methods. *Psychological Assessment*, 7(3), 238–247.
- Hossain, M. (2021). Frugal innovation: A review and research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 282, 124-123.
- Imani, A. N., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect of Product Quality, Brand Image and Brand Trust on Purchase Decision of Wardah Cosmetics in Jakarta National University. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 430-452.
- Insani, A. D. N., Sudarwati, S., & Marwati, F. S. (2023). Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Keragaman Produk Merek Hanasui Di Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2).
- Iryanti, W. N., Mahardini, S., & Kurniawan, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kue Elcakery Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 230-239.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstick Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.
- Kim, H.-W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based adoption of mobile internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 43(1), 111–126.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management* (4th ed.). Pearson.
- Laoli, C. M. S., & Farida, N. (2021). Pengaruh brand image, brand trust, dan customer value terhadap repeat purchase intention (Studi pada konsumen sepatu Bata di Kota Medan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1177-1189.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam

- Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Lestari, F., & Vindiana, A. P. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Samsung*(Doctoral dissertation, Institut Teknologi Indonesia).
- Listyarso, Y. D., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova (Studi Kasus Di Kabupaten Pacitan). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(5).
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.
- Musyaraffi, F., Yusuf, M., & Handayani, N. (2021). Validity and Reliability Testing in Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Overview. *Jurnal Teknologi dan Sistem Komputer*, 9(2), 167-172
- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1037-1052.
- Melindawaty, M., & Istikomah, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kosmetik Emina Di Jakarta Selatan): Universitas Budi Luhur. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(1).
- Ma'ruf, N., Alfalisyo, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, citra merek dan digital marketing terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314-1330.
- Maro'ah, A., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 434-442.

- Modaso, A., Lengkong, V., & Lintong, D. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa PT. Allianz Life Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 420-430.
- Mardika, N. H. (2023, September). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Buana Impian Di Kota Batam. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 5, pp. 337-344).
- Nurdiyanto, A. D., & Ristanto, H. (2023, December). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kabupaten Kendal. In *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)* (Vol. 3, No. 1, pp. 37-45).
- Pering, S. (2021). Confidence interval and hypothesis testing in behavioral research: An overview. *Journal of Quantitative Research in Behavioral Science*, 12(1), 45-52
- Pratama, M. I., Rizal, M., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust, Customer Review, dan Website Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee (Studi kasus pada Warga Kelurahan Dinoyo). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 77-87.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Permatasari, R. P., Oktafianis, O., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Presepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Mie Gacoan Di Wilayah Solo. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 256-267.
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 19(1), 24-31.
- Patih, A., & Halistin, R. (2020). Analisis keputusan pembelian konsumen menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 123–135
- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan media big book untuk menumbuhkan minat membaca di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Risher, H., Wong, J., & Lee, K. (2019). Assessing discriminant validity in structural equation modeling: The role of AVE and cross loading. *Journal of Applied Statistics and Methodology*, 45(3), 245–258
- Rasinth, N. D., Akhmad, K. A., & Rahmawati, E. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Nevada Di Matahari Departemen Store Kota Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2).
- Rahmatika, A., & Indiani, N. L. P. (2024). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk UMKM. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 21(1), 92-103.
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale”. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266-284.
- Rasulong, F. H. M. N. I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability fakultas Ekonomi dan bisnis*, 3(1).

- Romadini, F. P., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Surabaya. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 7(11), 31-40.
- Ram, S., & Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: The marketing problem and its solutions. *Journal of Consumer Marketing*, 6(2), 5–14. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000002542>
- Saphira, S. D., & Anomsari, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Persepsi Harga, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Bittersweet By Najla. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 4033-4046.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sosro di Kota Batam. *Scienta JournalL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1).
- Shelly, S. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Quality, Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Produk Merek Philips* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Stianingrum, N. A., & Nurhayaty, E. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Raya Bogor Pekayon. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 535-560.
- Setiawan, A. W., Fadhillah, M., & Hutami, L. T. H. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek di Mixue Yogyakarta. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1157-1177.
- Shakti, N. W., Mahmud, M., Panjaitan, R., & Purusa, N. A. (2024). Pengaruh Kualitas, Presepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk The Executive Di Kota Semarang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(2), 470-483.
- Syama, N. I., Karnadi, K., & Fandiyanto, R. (2024). Peran Life Style Dalam Moderasi Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar Bandung Bondowoso Di

- Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(10), 1970-1982.
- Sari, A. J., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 308-327.
- Sitorus, A. E. (2024). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan Merek dan Informasi Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Batam. *eCo-Buss*, 7(1), 509-521.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93-110.
- Setiawan, A. W., Fadhillah, M., & Hutami, L. T. H. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek di Mixue Yogyakarta. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1157-1177.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D* (Cet. ke-6). Bandung: Alfabeta
- Sholiha, E. U. N., & Salamah, M. (2015). *Structural Equation Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013)*. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 4(2), 169–174
- Scott, S. D., Plotnikoff, R. C., Karunamuni, N., Bize, R., & Rodgers, W. (2008). Factors influencing the adoption of an innovation: An examination of the uptake of the Canadian Heart Health Kit (HHK). *Implementation Science*, 3(1), 41.
- Setiawan, A., & Cholid, M. (2021). Pengembangan strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45–56.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature

- Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.
- Utami, A. P., Anggriani, I., & Rahman, A. (2024). The Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Brand Trust On The Decision To Purchase Fried Chicken At Albaik Kampung Bali Branch In Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan (Joseph F. Hair Jr, 2017) Keuangan*, 5(1), 239-246.
- Veronica, A., Ernawati, E., Rasdiana, R., Abas, M., Yusriani, Y., Hadawiah, H., Hidayah, N., Sabtohad, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini, Z. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Widiastuti, E., & Mardiyanto, D. (2024). Analisis pengaruh inovasi produk, citra merek, dan strategi digital terhadap keputusan pembelian konsumen LAB Milk di Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah EDUNOMIKA*, 8(1).
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The influence of brand image, brand trust and product packaging information on purchasing decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24-35.
- Wang, T., Li, X., & Li, X. (2023). Exploring consumer perceived risk and purchase intention of green products: An empirical study. *Frontiers in Psychology*, 14, 1093351. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1093351>
- Wiley, J. (2024). Perceived risk in consumer decision-making: A systematic review and future research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(1), 45–59
- Yosef Tonce, S. E., & Rangga, M. Y. D. P. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- Zhang, J. A., & Utami, C. W. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elly bakery. *Performa*, 8(5), 559-570.
- Zebua, A. T., Pasaribu, J. P. K., & Naibaho, R. (2024). Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 832-837.

Zulkarnain, V. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi. *PERFORMA*, 6(3), 207-216.