

## DAFTAR PUSKATA

- Assael, H. 2004. *Consumer Behaviour: A Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas edisi keempat*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Belopa, E.M. (2015). Hubungan kepercayaan merek dan persepsi kualitas dengan minat beli ulang produk kecantikan silver international clinic balikan. *eJournal Psikologi*, 3(3), 659 – 671.
- Berkowitz. B. (2000). *Marketing: Third edition*. Boston: McGraw Hill.
- Beneke, J. (2010). Consumer perceptions of private label brands within the retail grocery sector of South Africa. *African Journal of Business Management*, 4(2), 203-220.
- Beneke, J., & Zimmerman, N. (2014). Beyond private label panache: the effect of store image and perceived price on brand prestige. *Journal of Consumer Marketing*, 31(4), 301-311.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M.B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *The Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Cheever, N.A., Rosen, L.D., Carrier, L.M., & Chavez, A. (2014). Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users. *Computers in Human*, 37(2), 290–297.
- Delgado, E. (2011). *Development and validation of a brand trust scale*. Diakses tanggal 08 April 2020 dari [https://www.researchgate.net/publication/228581-989Developmentandvalidation\\_ofabrandtrustscale](https://www.researchgate.net/publication/228581-989Developmentandvalidation_ofabrandtrustscale).
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R.E. (2019). Pengaruh kepercayaan merek dan citra merek terhadap minat beli ulang “kopi toraja” di coffee josh situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 21-42.
- Ferdinand, A. (2002), *Pengembangan minat beli merek ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gani, J., & Amalia, M. (2015). *Alat analisis data : aplikasi statistik untuk penelitian bidang ekonomi dan sosial*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Hami, A.E., & Sidik, A.H. (2017). Studi komparasi self-esteem pengguna iphone dan bukan pengguna iphone pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 183-192.
- Jannah, E.Y. (2018). *Hubungan antara kepercayaan merek dengan minat beli pada pengguna handphone vivo*. Diakses tanggal 08 April 2020 dari [http://digilib.uinsby.ac.id/24233/1/Ela%20Yusrotul%20Jannah\\_J71214039.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/24233/1/Ela%20Yusrotul%20Jannah_J71214039.pdf).
- Mantala, I.P.F., & Suasana, G.A.K.G. (2018). Peran sikap dalam memediasi pengaruh gaya hidup terhadap minat beli smartphone iphone di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1487 – 1514.
- McQueen, J. (2013). *Building brand trust: discovering the advertising insights behind great brands*. California : Xlibris Corporation
- Rizkia, C. (2019). Versi IDC. Diakses tanggal 08 April 2020 dari <https://technologue.id/ini-jawara-pasar-smartphone-indonesia-di-q2-2019versi-idc/amp/>.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku konsumen edisi ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks Group Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d*. Bandung : Alfabeta.
- Veselinova, E., & Samonikov, M.G. (2013). *Building brand equity and consumer trust through radical transparency practices*. United States of America: IGI Global
- Yildirim, C. (2014). *Exploring the dimensions of nomophobia: Developing and validating a questionnaire using mixed methods research*. Graduate Theses and Dissertations : Iowa State University.
- Wijiyanty, M., Hamid, F.Z., & Kurniawan, R. (2016). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian apple iphone pada mahasiswa administrasi bisnis politeknik negeri jakarta*. Diakses tanggal 08 April 2020 dari <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/view/811>.
- Wirawan, I.D.G.K., & Sukaatmadja, IP.G. (2018). Peran kecintaan merek dalam membangun hubungan dengan pelanggan (studi pada pengguna iphone di denpasar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(6), 1723-174.
- Zohra Sabunwala, 2013. Impact of celebrity brand endorsement on brand image and product purchases-a study for pune region of India. *International Journal of Research in Business Management*, 1(6), 37-42.