

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyowulan, S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.*
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409-423.
- Fatmawati, D., & Triastity, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(2).
- Mochakbar (2020). Jasa pengiriman barang. Diakses pada 20 Maret 2022 melalui <https://cargo.id/jasa-pengiriman-terbaik-bandar-lampung>
- Mabkhot, H. A., Shaari, H., & Salleh, S. M. (2017). The influence of brand image and brand personality on brand loyalty, mediating by brand trust: An empirical study. *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 50.
- Pertiwi, R. P. (2021). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Barru. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Puspitarini, D. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Transkaksi Menggunakan e-commerce Dengan Niat Transaksi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal EBI*, 2(2).

- Putra, I. W., & Sulistyawati, E. (2019). Peran brand trust memediasi pengaruh brand image terhadap brand loyalty. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4328-4356.
- Puspitarini, D. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Transkaksi Menggunakan e-commerce Dengan Niat Transaksi Sebagai Variabile Intervening. *Jurnal EBI*, 2(2).
- Radar jember (2020). Top Brand Award. Di akases melalui <https://www.topbrand-award.com/2020/11/jne-raih-penghargaan-top-brand-award-2020-kategori-courier-service/>
- Riyanto, D. F., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan dengan Word Of MOUTH Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus online shopping Shopee Pada Mahasiswa Rusunawa Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(15).
- Sudaryono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. PT. Raja Grafindo Persada. Edisi Kedua
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis Edisi Tiga. Cetakan Kesatu, September. Bndung : Penerbit Alfabeta.
- Utomo, G. W. (2017). Pengaruh Brand Ambassador dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Diponegoro