

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu CONVERSE. *AGORA Vol. 5, No : 3*.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persespsi Manfaat, Pengaruh Persepsi Kemudahan,dan Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol. 6, No. 1*, 88-103.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi (edisi 2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Khonza, K., & Harjati, L. (2012). Analisis Brand Trust dan Brand Royalty Konsumen Garuda Indonesia. *WIDYA no. 324*, 41-48.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhdap Keputusan Pembelian Mobil Toyota all New Yaris Pada PT. HAJSRAT ABADI MOTOR. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05*, 777-787.
- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *EKOBIS Vol 22, no. 2*, 130-142.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Banjarmasin. *At-Tadbhir Vol.3 No.2*, 58-68.

Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty TEH BOTOL SOSRO. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 3, No. 1*, 1-17.

Roy. (2017, Agustus). From CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190815104730-37-92151/daftar-10-dompet-digital-terpopuler-di-ri-siapa-jawaranya>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk SARI ROTI. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1, No. 2*, 388-401.



