



DAFTAR PUSTAKA

Ardani, W. (2020). Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Converse Di Kota Denpasar, Bali, XI(1)*, 2412-2427.

Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). *Arti kata visualisasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia*. KBBI. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/visualisasi>

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance. *The Role of Brand Loyalty*, 65, 81-93.

Delgado-Ballester, E., & Munuera-Aleman, J. L. (2005). Journal of Product & Brand Management. *Does brand trust matter to brand equity?*, 14(3), 187-196.

Dewi, R. K. (2022). *Viral soal Kandungan Gula Susu UHT, Berapa Konsumsi Gula yang Ideal? Halaman all*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/09/20/163000665/viral-soal-kandungan-gula-susu-uht-berapa-konsumsi-gula-yang-ideal-?page=all>

Dharmawan, C., & Wardhana, A. (2021). e-Proceeding of Management. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Zanana Chips*, 8(6), 8568-8582.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.

Junia, Y. I. (2021). Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pocari Sweat Di Jakarta*, 5(4), 360-363.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Kemenperin: Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*.

Kementerian Perindustrian. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>

Khanaf, Y. (2021). eJournal Administrasi Bisnis. *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Instinct Footwear Kota Semarang*, 9(2), 136-142.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, Global Edition* (16th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

Latan, H., & Ghazali, I. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). *Journal of Market Focused Management. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*, 4, 341-370.

Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Prasasti, G. D. (2018). *Produsen Tegaskan Susu UHT Ini Tak Mengandung Bakteri dan Aman Dikonsumsi*. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/health/read/3633236/produsen-tegaskan-susu-uht-ini-tak-mengandung-bakteri-dan-aman-dikonsumsi>

PT Ultrajaya Milk Industry Tbk. (n.d.). *Teknologi*. <https://www.ultrajaya.co.id/ultrajaya-at-a-glance/technology-highlights/ind>

Schindler, P. S. (2019). *Business Research Methods* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sekaran, U., & Bougie, R. (2017a). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6, Buku 1 ed.). Salemba Empat.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6, Buku 2 ed.). Salemba Empat.

TOP BRAND AWARD. (2022). *Komparasi Brand Index*. Top Brand Award.

https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=18&tahun_awal=2018&tahun_akhir=2022&brand1=Bear%20Brand&brand2=Frisian%20Flag&brand3=Indomilk&brand4=Milo&brand5=Ultra%20Milk

Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, pemasaran, dan komunikasi kontemporer*. CV Pustaka Setia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.