# DAFTAR PUSTAKA

**Buku:**

Arikuntu, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta

Assael, Henry. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action.* Boston: KeatPublishing Company.

Bahri, Syaiful, 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi

Berman, B. Dan J. R. Evans (2010). *Retail Management: A Strategis Approach.* Upper Saddle River:Prentice Hall International, Inc.

Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli merek Ekstensi.*

Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta Erlangga Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). Marketing

*Management. New Jersey*: Prentice Hall.

Mowen, John, C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Erlangga.

Peppers, Don and Martha Rogers. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategis Framework.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Priansa, Juni, Donni, 2016. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemprorer.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

# Jurnal:

Adi, Ignatius Venta Wijaya. 2015. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Distro Koffin Store Di Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Sanata Dham

Aisyah Yusmania. 2018. “Faktor-Faktor Rendahnya Minat Beli Masyarakat

Terhadap Susu Etawa Di Desa Sumberejo RT 1/1 Batang Hari Lampung Timur”. *IAIN Metro.*

Andoharman-S-Eko. 2020. “Pengaruh Persepsi Dan Perferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa Pada Peternakan Bapak Budi Utomo Desa Batangkuis Seirotan Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang”. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Ba, A. Ans Pavlou, P.A. (2002). Evidence of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Iprice Premiums and Buyer Behavior. *MIS Querterly*, Vol 26, No. 3, pp 243-265

Fatimah, *et. al.* “The Importance Of Customer Trust For The Growth Of Organic Product Consumption”. [*WWW.*](http://WWW/) *Ijciras.com.* 2, (7), 5-9

Li-Saiwei *et. al.* 2019. Consumer confidence in the safety of milk and infant milk formula in China. *Journal ofDairy Science.* 102, (10), 8807-8818

Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. (1995*). An Integratif Model of Organizational Trust, Acadeniy of Management Review.* 30 (3): 709734.

Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing.* Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp 20-38.

Nidyatantri-M-M-Ni, *et. al. “*Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling”. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata.* 5, (1).

Rahman-Faris. 2012. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Pada Perusahaan Minat Beli Pada Perusahaan Susu Sapi Segar Barokah di Sepanjang Sidoarjo”. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional.

Setia-Dewi-Wahyu. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Susu Bebelac di Giant Hypermart Karangayu Semarang”. *Journal Of Management*. 2 (2).

Vista Monica. 2018. “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Studi Pada Legends Cofee Yogyakarta”. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Wibisaputra. Aditya. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Permata Semarang). Universitas Diponegoro.