

DAFTAR PUSTAKA

- Afwa, A. (2017). *Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah Di Smk Ibnu Taimyah Pekanbaru*. 220–240.
- Alif, M., & Warsono, H. (2019). Analisis Pengembangan E-Government Dalam Penyediaan Akses Informasi Di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Jl.*, 8(4), 510–524.
- Andella. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bolu Kemojo Gerai Aurel Mandiri Kabupaten Kuantan Singingi*. 14–25.
- Apriliani, S., & Pradana, A. W. S. (2022). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 595.
- Awliya Afwa. (2017). Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah Di Smk Ibnu Taimyah Pekanbaru . *Administrasi Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 220–221.
- Bagida, D. L. (2021). *Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV . Lion Jailolo*. 2(2), 146–151.
- Christianti, A., & Remiasa, M. (2018). Analisa Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Asian King Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 485–494.
- Dr. Hj. Eva Sundari, SE., MM., C. R. B. ., & Imam Hanafi, SE., M. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Eko Giyartiningrum; Isnan Rizki Khoirudin. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy*. 5(1), 1–9.
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2010). *Multivariate Data Analysis.pdf*. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Hastari, E. S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799.
- Iman Nur Fadilah, Kusniawati, A., & Kader, M. A. (2020). *Pengaruh Reference Group Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat di Toserba Gunasalma Kawali)*. 2(4), 1078–1081.
<https://doi.org/10.1002/9781118339893.wbeccp449>
- Isnan Rizki Khorudin, E. G. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy*. 5(1), 1–9.

- Judianto, S. V., Brawijaya, U., Yuniarinto, A., & Brawijaya, U. (2023). *Merek*. 02(3), 696–706.
- Khamitov, M., Rajavi, K., Huang, D. W., & Hong, Y. (2024). Brand Trust. In *Elgar Encyclopedia of Consumer Behavior* (Issue September). <https://doi.org/10.4337/9781803926278.ch18>
- Khodijah, Sari Siahaan, F., & Rasyiddin, A. (2025). The Influence of Product Quality on Purchasing Decisions Mediated by Brand Trust for Injection Products At CV Surya Fajar Multitama. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 246–261. <https://doi.org/10.37012/ileka.v6i1.2842>
- Laurensius Panji Ragatirta, E. T. (2020). *Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta)*. 7(2), 143–152.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Levis, R. L. (2013). *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Ledalero.
- Mari Ci, A. (2023). *Peenagruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam*.
- Muhammad Alfian Faidzin, & Joko Samboro. (2025). Pengaruh Kelompok Referensi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP Xiaomi di Xiaomi Store MOG Kota Malang. *EBISMAN EBisnis Manajemen*, 3(2), 41–57. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v3i2.848>
- Mushida, N., Supriadi, A., & Nupus, H. (2025). Kepercayaan Merek Sebagai Pemediasi Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Nuvo. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 1417–1424. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2127>
- Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran* (R. Kurniawan (ed.)). K-Media.
- Nyoko, Fanggidae, R. P. C., & Haumetan, F. (2024). *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's) Vol 17, No. 1, March 2024, p67-81 Antonio E.L. Nyoko, Ronald P.C. Fanggidae, Fransiskus Haumetan*. 17(1), 1–3.
- Nyoman Adi Triyana Prayoga, I Gusti Ayu Imbayani, M. S. P. (2025). Pengaruh Kelompok Referensi, Kelengkapan Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Fts Vapor Store Dalung. *Jurnal Emas*, 6(4), 889–898.
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Priliandani & Tjahjaningsih. (2022). Pengaruh kepercayaan merek dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan dalam meningkatkan loyalitas (studi pada

- konsumen mie lemonilo di Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 463–476.
- Putri, Y. H., Mavilinda, H. F., & Daud, I. (2022). *Trust as a Moderator in Buying Behavior*. 647(Seabc 2021), 194–196.
- Seinuri, Sari, L. P., & Praja, Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Surya Abadi Vapestore Di Situbondo*. 2(6), 1318–1332.
- Shantika, P. B., & Mahmudah, H. (2025). *Peran kepercayaan konsumen dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko tembakau*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Pemasaran*. 1(14), 33–44.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (V. 19 (ed.)). ALFABETA.
- Supardin, L. (2022a). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal*. 1(1), 7.
- Supardin, L. (2022b). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 71–82.
- Suripto, & Sukanti. (2008). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Modul Ajar. 1–41.
- Tanama, B. R. (2017). *Manajemen pemasaran*.
- Widyana & Naufal. (2018). *Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia)*. 8, 53–61.
- Wiestner, D., & Spiller, R. (2025). Brand Management in the Digital Era. In *Digital Transformation Initiatives for Agile Marketing*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-4466-8.ch015>
- Yusra, I., & Rizki, W. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang*. 1(1), 85–113.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0235/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Petrus Alessandro Elvis Bere
NIM : 32122065
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Selfiana Goetha, Se, Mm
2. Engelbertus G. C. Watu, Se, Mm
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN MEREK
(STUDI PADA GIOVANI VAPE STORE MALAKA
TENGAH)**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **23% (Dua PuluhTiga) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 23 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,


Damianus Dami, S.Ptk.