

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (M. P. Nanda Saputra (ed.); Cetakan Pe). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abzari, M. (n.d.). *Analysing The Effect Of Social Media On Brand Attitude And Purchase Intention*. 2014, 143.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.)). Pustaka Ilmu.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance*. *Journal of marketing*.
- Cyrilla Wilda Rizani, Hichmaed Tachta Hinggo, & Hammam Zaki. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru*. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.)). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Dr. Dede Suleman, S.E., M.M. Dr. Sabil, S.E., M. M., Dedi, & Dedi Suharyadi, S.E., M. M. (2021). *Mengenal Perilaku Konsumen dan Konsep Strategi Pemasaran (Berbasis Teori dan Pendekatan Praktis)*.
- Dr. Mulyadi, SE, Akt, MM, MSi, CPMA, SAS, C., & Widi Winarso S.E., M. M. (2020). *Pengantar Manajemen*.
- Fadli, M., Bisnis, P. A., & Riau, U. (2025). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Smartphone Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. 5(September), 281–293.
- Feky Reken, S.E., M.M. Erdawati, S.E., M. S., Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M. Dr. Roky Apriansyah, S.E., M. M., Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si., CTT., CPTT. Dr. Virna Sulfitri, MBA., CMA. Hermanto, S.E., M.M. Fatmawati, S.E., M. M., Lia Suprihartini, S.E., M.M. Adi Masliardi, S.E., M. M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom., M.M., M. T. D. M. R. T. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- George R. Terry, & Rue, L. W. (2018). *Prinsip-prinsip Manajemen* (Edisi 10). Salemba Empat.

- Ghozali, imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro (ed.); 10th ed.).
- Hapsari, F. M., & Marwati, F. S. (2022). *Pengaruh brand trust , media sosial dan online consumer review terhadap minat beli*. Jurnal Manajemen, 14(1), 91–97. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10747>
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Hutahaean, W. S., & SE, M. T. (2021). *Dasar manajemen*. Ahlimedia Book.
- John C. Mowen & Michael S. Minor. (2002). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran (12th ed.)*. Erlangga.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). *Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty*. Journal of Market-Focused Management.
- Leevana, & Renata, C. (2023). *Pengaruh identitas merek dan garansi terhadap minat beli konsumen di CV. Suryalaya* [Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR)]. <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/15979>
- M. Mashudi Azrullah. (2023). *Pengaruh desain, kualitas dan garansi sepeda motor matic terhadap minat beli masyarakat (studi kasus pada konsumen di kampung yadika bangil pasuruan)*.
- Ma'ruf, A., Sari, A. N., & Amali, N. (2024). *Strategi Garansi Yang Efektif Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa*. 5(01), 1–11.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.); 3rd ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Meithiana, I., & Ansory, H. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Indonesia pustaka.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

- Munuera-Aleman, J. L., Delgado-Ballester, E., Yague-Guillen, M. J. (2003). *Development and Validation of a Brand Trust Scale*. International Journal of Market Research, 45(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/147078530304500103>
- Nikson Sitindaon, S.Pd., M., Hermanto Hutagalung, SE., M., & Frederick Rudy Sentosa Rajagukguk, S.Psi., M. S. (2022). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*.
- Rohman, A. (2017). *Buku dasar-dasar manajemen*. Intelegensia Media.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (Vol. 10). Pretince Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.)*. Pearson education.
- Sudirjo, F., Koynja, J. J., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). *Manajemen pemasaran. YPAD Penerbit*.
- Sudrajat, D. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan dengan Pendekatan Kuantitatif* (M. S. Dr. Y. Yohansyah Arifin (ed.); 2nd ed.). PT. Indo Pustaka Sinergis.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); Edisi Kedu). Alfabeta, Cv.
- Suprihanto, J. (2018). *Manajemen*. UGM press.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Wanawir, S., & Nursaidah, E. H. L. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Wardhana, A. (2024a). *BRAND Management In The Digital Era – Edisi Indonesia* (M. Pradana (Ed.)). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 - Edisi Indonesia*

(Mahir Pradana (ed.); Cetakan Pe). Eureka Media Aksara.

Wicaksono, A. (2024). *Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan terhadap Strategi keunggulan Bersaing Perusahaan*. *Dinasti Accounting Review*, 1(3)(3), 101–110.

Yusuf, M., Haryoto, C., & Husainah, N. (2023). *Teori Manajemen*. Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS GALUH
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 2866/34/ST/AK/D/XI/2025

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing I
Nama : **Enjang Nursolih, S.H., M.M.**
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **ADI RIZKI FADILAH**
NIM : **3402220244**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH PRODUCT WARRANTY DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z PADA (PRODUK ELEKTRONIK) DI KABUPATEN CIAMIS**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 3 November 2025
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan