

## DAFTAR REFERENSI

- Abdullah. (2020). *Manajemen Pemasaran (Cet. II)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aisy, R., Rahmah, A. A., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Intensi Turnover Karyawan Di Indonesia. *Ecopsy*, 3(2). <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v3i2.2649>
- Alim, S. A., Mawardi, K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim: Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1).
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Ansofino. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deep Publish.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arrahman, R. B. (2018). Dampak Modernisasi Fashion Terhadap Remaja di Bangko dalam Karya Seni Lukis Realis Kontemporer. *Jurnal Serupa Art* 6 (3)
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayuningtyas, L. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Elzatta di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* (1) 6.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran Dan Penjualan Berbasis Web. *Transistor Elektro Dan Informatika*, 2(2), 81–88.
- Desy, W. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk LEA Jeans (Studi Kasus Pada Konsumen LEA Jeans di MDS Paragon Semarang). *Skripsi Universitas Semarang*.
- Dilasari, Y. S. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store di Kota Magelang. *Journal In Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology* 6 (2).
- Dzulkharnain, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(2), 69–80.
- Esa, D. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Surya Coffee di Kota Purwodadi) *Skripsi, Universitas Semarang*.

- Estikowati, A. S., Patalo, R. G., & Hidayatullah, S. (2021). Influence Of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decision on the Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi LLDIKTI Wilayah I (JUKET)*, 1(1), 26–36. <https://doi.org/10.54076/juket.v1i1.47>
- Fatmawati, D., Triastity, R., & Sunarso. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Survei pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(2), 317–329.
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Firmansyah. (2018). *Pengantar Manajemen (Edisi ke-1)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko. (2017). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen (Edisi III)*. Yogyakarta: BPFE.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania : Bogor
- Hasbi. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an. Jurnal Economia* (2) 1
- Hendariningrum. (2018). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilkom*, 6(2).
- Indah. (2022). Analisis Upaya Program Pemasaran UMKM Oleh Pemerintah Desa di Desa Sei Tampang Kabupaten Labuhanbatu. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*.
- Indah Jauhari, & Dandy Kurnia. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui Aplikasi E-Commerce pada Generasi Milenial di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 9–18.
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.
- J. E. Sutanto, & Kaihatu, T. S. (2019). The Effect of Product Design, Brand Image, and Product Quality Towards Purchasing Decisions of Laptop Brands. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 3(6), 113–125.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13, Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).

- Laila, E., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1(2).
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mangkunegara, A.P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan (Cetakan Kedua)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(2), 1096–1104.
- Nahari. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo.Store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Commercium*, 5(1).
- Nurhayati. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Journal JBMA*, 4(2).
- Ochthania. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cilukba. *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil Menengah*, 1(4)
- Yessi Septiyani Ratna Dilasari. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store Di Kota Magelang*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang