

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, L. I., & Agustin, N. D. (2021). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Syariah Pada Produk Tabungan Berkah Utama iB Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Bank Mega Syariah Kota Bekasi). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 207–222. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.248>
- Akhiri, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 50–63. <https://doi.org/10.37385/msej.v1i1.30>
- Albertyano Gilang Garut, & Sugeng Purwanto. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya . *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663.
- Alvina Rahma Anggraeni, & Euis Soliha. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang) . *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Aprillia Darmansah, & Sri Yanthy Yosepha. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA*, 1(1), 15–30.
- Aurani, D., Dan, Q., & Lego, Y. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI DI TANGERANG*.
- Dahmiri, H. H., & Sari, S. S. (2020). PENGARUH LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI KOTA JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 9(01). www.topbrand-award.com
- De Yusa, V., & Riyan Utami, R. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK BRAND IMAGE PADA PRODUK MADAME GIE. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2).
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(2), 6. <https://doi.org/10.31258/jip.17.2.6-13>
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>

- Ekobistek, J., & Edriani, D. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 10(2). <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>
- Ersa Kristin. (2023). *E-JOURNAL*. 02(03), 1–10.
- Fadila et al. (2021). *4891-15433-1-Pb*. 7(1), 108–119.
- Fahira, Y. A., Hendratmoko, S., & Widuri, T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mata Hati Cafe Kediri. *Ebismen*, 1(3), 150–161. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/58>
- Fast Retailing. (20 C.E.). *Fast Retailing Way*.
- Goenawan, F., & Monica, V. (2021). PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT SURABAYA DALAM PEMBELIAN PAKAIAN. *Scriptura*, 11(1), 18–25. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.18-25>
- Hadi, Y. A., Tambunan, D. B., & Sumanji, Y. M. P. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Kayu Tree -X. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(2), 216–226.
- Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2024). *PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH UNIVERSITAS DJUANDA* (Vol. 3).
- Humaira, E., & Antoro, W. (2024). Analisis Pengaruh Live Chat Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Trust Dan Customer Satisfaction Pada E-Commerce Di Indonesia. *Humaira*, 2(1), 19–36. <https://www.journal.muc-consultindo.com/index.php/jebizko>
- Indah Nur Hamidah, B. P. (2023). The Influence Of Brand Image, Perceived Quality, And Consumer Attitudes On Uniqlo Brand Equity (Study On UPN Veteran Students, East Java) Merek Uniqlo (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ismail, H., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3387–3396.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kusen, C. R., Mangantar, M., & Ogi, I. W. . (2022). Evaluasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Rica Tampurung Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 154. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42234>
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi*

- Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor)*. 5(2), 274–290.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nadia Pasuhuk, M., Supandi Soegoto, A., Ch Raintung, M., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2022). PENGARUH DISKON HARGA, LIFESTYLE DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MOBIL MEREK TOYOTA CALYA DI PT. HASJRAT ABADI CABANG MANADO THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS, LIFESTYLE AND RELATIONSHIP MARKETING ON DECISIONS CONSUMER PURCHASE ON TOYOTA BRAND CARS CALYA AT PT. HASJRAT ABADI MANADO BRANCH. *1663 Jurnal EMBA*, 10(4), 1663–1674.
- Ni'matur Rahmayanti, & Muchammad Saifuddin. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN FASHION LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BRANDED PRELOVED DI THRIFTSHP ONLINE INSTAGRAM. *Cakrawala Management Business Journal*, 4(2), 847–868.
- Purwanto, E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Spontan. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1), 77–83. <https://doi.org/10.24929/missy.v4i1.2760>
- Ramadhan, A. R., & Gilang Saraswati, T. (2023). *Pengaruh Brand Image, Lifestyle, Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Brand Uniqlo Di Indonesia The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Perceived Value On Purchase Intention Brand Unqilo In Indonesia* (Vol. 10, Issue 5).
- Salsa Rahmawati Saputri, & Sugiyanto. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, SELF-CONSISTENCY TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN MODERASI SELF-MOTIVATION PADA BRAND UNIQLO. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(3).
- Sari, A. H. P., Nurman, & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyaitas Konsumen Pada Skincare Scarlet. *Pinisi*

- Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 2(6), 53–62.
<https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/view/37284>
- Satria, A. P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 240–253.
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sinuraya, A. Y. B., Rum, M., & Zuhriyah, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Niu Green Tea Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. *Agriscience*, 1(3), 597–612.
<https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9762>
- Sukatmadiredja, N. R., & Rosita, W. M. (2019). Strategi Pemasaran Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Kopi Lokal. *Ecopreneur*, 12, 2(2), 12.
<https://doi.org/10.51804/econ12.v2i2.497>
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140.
<https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>
- Syafulloh, D., Widagdo, S., & Amin, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(2), 24–37.
<https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i2.548>
- Tenda, Y. J., Mukuan, J. A. F. K. D. D. S., & Jurusan. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 1–7.
- Tulong, D. R. P., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 3(1), 36–40.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37987>
- Tumpal Janji Raja Sitinjak, & Ajeng Rossa Aulia Arief. (2022). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1132–1143.
- Veronica Talopod Johny Tampi Danny DS Mukuan Program Studi Administrasi Bisnis, R. R., & Ilmu Administrasi, J. (2020). *Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square* (Vol. 1, Issue 3).
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

- Wibowo, E. W. (2022). No Title. הכי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העיניים. *16(8.5.2017)*, 769–779.
- Wicaksono, R. A., Ayu,);, Octavia, N., Moch,);, & Aprianto, S. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE DI SEMARANG. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, *21(1)*, 423–432.
- Wijaya, J. C., & Fariza, M. (2023). Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Tokopedia Mahasiswa Uci ... *Jurnal Witana*, *01(02)*, 51–57. <https://jurnalwitana.com/index.php/jw/article/view/1%0Ahttps://jurnalwitana.com/index.php/jw/article/download/1/1>
- Wowor, S., Messie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, *9(3)*, 1472–1481. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35803>
- Yuda Bimantara, Dian Novita, & Jaelani. (2022). PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio di Lampung). *Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, *2(1)*, 27–36.
- Zakaria, A., Rachman, M., Firmansyah, M. A., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Surabaya, U. M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LIFESTYLE Informasi Artikel ABSTRACT*. *2(2)*.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls*. Pascal Books.
- https://www.fastretailing.com/eng/about/frway/pdf/FRWAY_Indonesian.pdf
diakses pada 30 Juni 2024