

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2013) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, W., & Sari, P. R. K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1).
- Arikunto, S. (2014) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayumi, B. dan Budiatmo, A. (2021) *Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Hypermart paragon semarang)*. 1169–1176.
- Cahya, A. D. et al. (2021) “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Ega Collection,” *Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1). 113–126.
- Christina, B., Tambunan, A. H. dan Bayu, C. A. (2020) “Faktor-Faktor Pembentuk Bauran Pemasaran Konsumen Makanan Korea,” *Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian Agrotechno*, 5(2). 59–66.
- Ferdinand, A. (2014) *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fure, H. (2013) “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca,” *Jurnal EMBA*, Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Ghozali, Imam (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gulo, T., Suryati, L., & Ginting, R. S. I. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fa. Banang Jaya*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 545-558
- Hafi, M. dan Sutanto, J. E. (2020) “an Empirical Implementation of Marketing Mixes on Purchasing Decisions of Products At Pt Berlian Gresik in Indonesia,” *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 4(4). 218–231.
- Hartati, B. (2021) “Pengaruh kualitas produk dan harga Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt . Jafra Cosmetics Indonesia,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(01),. 123–137.
- Hermawan, R. dan Djumarno (2021) “*The Effect of Marketing Mix on Buying Decisions with Purchase Intention as an Intervening Variable*,” 6(9). 69–76.
- <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5ea3a95c7df4e/hari-belanja-brand-lokal-pesta-diskon-lebih-dari-1000-merek-nasional> /Aria, P.(2020). Diakses 5 Agustus 2024
- <https://www.kompasiana.com/muhammaddzikrullah/5df72ddd097f3663547ea772/4-alasan-memilih-brand-lokal-sebagai-produk-favoritmu>. /Dzikrullah, A. (2019). Diakses 5 Agustus 2024
- <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/696873/brand-fashion-lokal-pikat-konsumen-di-masa-pandemi>./Indah Handayani (2020). Diakses 5 Agustus 2024
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia> /Cindy Mutia Annur. (2023). Diakses 5 Agustus 2024
- <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-5687365/5-rekomendasi-sweater-brand-lokal-keren-harga-murah-tapi-nggak-murahan>. /Kholisdinuka, A. (2021). Diakses 5 Agustus 2024

- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764-773.
- Kemenperin (2021) “Mendorong Kinerja Industri.” Diakses 5 Agustus 2024
- Koesoemaningsih, R. (2013) “*Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi,*” *Jurnal Media Soerjo*, 13(2). 1–22.
- Kotler, P. (2012) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018) *Principles of Marketing : Authorized adaption from the United States edition, entitled Principles of Marketing*. 17th ed, *Pearson Education, Inc.* 17th ed.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012) *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016) *Marketing Magement*. 15 th edit, *Pearson Education, Inc.* 15 th edit.
- Kuncoro, M. (2013) *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonom*. 4 ed. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*,. Salemba empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani (2006) *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- McNeill, L. and McKay, J. (2016) “*Fashioning masculinity among young New Zealand men: young men, shopping for clothes and social identity*,” *Emerald Group Publishing Limited*, 17(2). 143–154.

- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L. dan Imelda, W. J. O. (2019) “*Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)*,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3). 2969–2978.
- Riduwan, A. (2011) *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ristiyanti dan Murdo, Y. (2021) “*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Yogyakarta*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(1). 99–108.
- Rosa, M. A. (2021). *Pengaruh Harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha)
- Silaningsih, F. dan Utami, P. (2018) “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ( Umkm ) Produk Olahan Makanan Ringan*.” *Jurnal Sosial Humaniora p-ISSN 2087-4928 e-ISSN 2550-0236*, 9 (2), hal. 144–158.
- Sugiyono, P. D. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi (2012) *Metodologi Penelitian. Cetakan Keempat*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Susana, F. A. (2023). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Sumber Makmur Kopi Jember*. *Journal of Social and Political Sciences*, 10(1),
- Tjiptono, Fandy (2015) *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa – Prinsip Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2003) *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.