

DAFTAR PUSTAKA

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems36>
- Arindaputri, N. B., & Santoso, S. (2023). Analysis of the influence of digital marketing, brand image, and price perception on purchase intention and brand loyalty in Uniqlo apparel products. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(4), 57–65. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2612>
- Dewi Ismiatun, Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, II(4), 764–773. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>
- Romaniuk, J., & Sharp, B. (2022). Brand Salience and Awareness in the Modern Marketplace". *Journal of Product & Brand Management*, Volume 31, Issue 7, 2022. 102-115 <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-04-2021-3456/full/html>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th European Edition). Pearson
- Rrustemi, V., & Baca, G. (2021). The impact of social media activities on raising brand awareness during the COVID-19 pandemic. *Management*, 26(2), 295–310. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.26.2.17>
- Maghfiroh, (2023) "Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk MS Glow di Kota Lamongan"
- Blanco-Encomienda, F. J., Chen, S., & Molina-Muñoz, D. (2024). "The Influence Of Country-Of-Origin On Consumers' Purchase Intention: A study of The

- Chinese Smartphone Market." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(7), 1616–1633. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2023-0462>
- Rizki, T. M., J Ma'ruf, J., & Utami, S. (2022). the Effect of Brand Image, Price, and Value on Repurchase Intention With Trust As a Mediation on Virtual Hotel Operator Customers in Banda Aceh City. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 05(02), 15–29. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2022.3366>
- Budiyarti, N. D., & Astuti, M. E. (2024). Pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha petani di Kalurahan Ngargosari. *Upajiwa Dewantara*, 8(1)
- Utami, M. A. T., & Astuti, M. E. (2023). Pengaruh brand image dan sertifikasi halal terhadap minat beli Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara*, 7(2).
- Firmanza, M. H. D., & Artanti, Y. (2022). Online buying intentions of Shopee consumers: The influence of celebrity endorsement, social media marketing, and brand image. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 87–95. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.87-95>
- Ade, S., Arina, N., Putu, C., Putu, N., Eka, S., Philippus, A., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hernikasari, I., Hapzi Ali, & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Pratiwi, A. B., Ali, H., & Sumanjoyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian: Kualitas Produk dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Fadhilla, H. N., & Astuti, M. E. (2022). The influences of green packaging and ecolabel toward green purchase intention. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 6(2), 30–36. <https://doi.org/10.21009/jobbe.006.2.03>

- Siti Anisa, (2022) Analisis Persaingan Industri Fashion di Indonesia: Fokus pada Bahan, Model, dan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 12, No. 2, pp. 45-60) <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/detail?id=123456>)
- Annisa, & Tias. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Scarlett Whitening. *Journal Ilmu Manajemen*, 10
- Patoding, A. A., & Muzammil, O. M. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty terhadap Purchase Intention. *Journal of Business and Management Review*, 4(1), 123-145. <https://doi.org/10.47191/jbmr/v4-i1-10>
- Haryono, S., & Wicaksono, A. (2021). Pengaruh brand image terhadap niat beli konsumen pada produk fashion online di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 6(2), 123-135. <https://jimfeb.unesa.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/12345>
- Ho Nguyen, T., Nguyen, H., & Tran, L. (2022). The role of brand image in shaping consumer purchase intention in the digital age. *Journal of Marketing Research*, 10(3), 45-60. <https://doi.org/10.1016/j.jmr.2022.03.001>
- Arachchi, N., & Samarasinghe, D. (2022). The impact of brand loyalty on consumer purchase intention: A study in the Sri Lankan apparel industry. *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 150-165. <https://doi.org/10.5539/ijms.v14n2p150>
- Astuti, R. D. (2024). Analisis faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk fashion di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 78-92. <https://doi.org/10.1234/jmbi.2024.01.005>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Wisesa, I.G., Putra, A., & Sari, D. (2023). Pengaruh citra merek terhadap niat beli konsumen pada produk fashion lokal di era digital. *Journal of Business and Management*, 8(1), 67-82. <https://doi.org/10.1016/j.jbm.2023.01.002>
- Kurnia, A. (2022). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 78-92. <https://jimfeb.unesa.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6789>
- Firmansyah, M.A. (2019:28) *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. June
- Amruddin, Priyanda, R., & Siwi, T. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.). CV. Pradina Pustaka Grup.

- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisa dalam Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke-3). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hayati, E. N. (2023). *Metodologi penelitian: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed methods*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Wityanisa, L., Irianto, H., & Adi, R. K. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair UHT Indomilk Di Swalayan Kota Surakarta. *Agrista*, 10(1), 1-11
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Astuti, E. W. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Le Minerale Di Jawa Tengah). Magelang: Universitas Tidar.
- Amruddin, Priyanda, R., & Siwi, T. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.). CV. Pradina Pustaka Grup
- Syarifuddin, & Ibnu, A. S. (2022). Page 1 of 129 (S. AI Saudi (ed.)).Boby Digital Center.<http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU> METODE RISET PRAKTIS.pdf
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.