

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4).
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99-102.
- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019, April). A literature review on the influence of promotion, price and brand image to purchase decision. In *2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)* (pp. 254-261). Atlantis Press.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pegaaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang.
- Latansa, A. D. (2022). *PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA YUNA&CO DI JAKARTA PUSAT* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Lieana, V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dunkin’Donuts di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara/Venny Lieana/29160320/Pembimbing: Muhammad Fuad.
- Paramita, P., Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020, January). Analisis Keputusan Pembelian Pakaian UNIQLO di Gandaria City, Jakarta Selatan. In *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi I*.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25-29.
- Sitinjak, T. J. R., & Arief, A. R. A. (2022). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Spesial Issue 4), 1132-1143.
- Ul’fah Hernaeny, M. P. (2021). Populasi Dan Sampel. *Pengantar Statistika*, 1, 33.
- Yani, A. S., & Ngora, K. (2022). Influence of Product Quality & Promotion on Purchase Decision with Buying Interest as a Moderating Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2).

- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Alifa, Islah & Normansyah, I. (2020). Pengaruh Sharia Compliance, Good Corporate Governance Dan Kompetensi Amil Zakat Terhadap Pengelolaan Dana Zakat (Studi Kasus Pada Baznas (BAZIS) DKI Jakarta). *Metode Penelitian*, 32–41. <http://repository.stei.ac.id/2118/>
- Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Burch dan Grudnitski dalam (Fauzi, 2017:19-21). (2019). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dia, H. S., Kerja, M., Kerja, T., Lahan, L., Petani, P., & Kunci, K. (2023). *Peran modal kerja , tenaga kerja , dan luas lahan dalam meningkatkan Pendapatan Petani*. 6(1), 479–491.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Febriansyah, A., & Oktafiani, F. (2021). Penghindaran Pajak Yang Dipengaruhi Oleh Komite Audit Dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 13(2), 88–100. <https://doi.org/10.34010/jra.v13i2.4976>
- Ghozali. (2018). Stie Indonesia. *Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Herawati, H. (2019). *Pengaruh promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sariayu putih langsung*. 2(1), 17–35.

- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). *A Literature Review on The Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision*. 64, 538–545. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.34>
- Ii, B. A. B. (2016). BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 7–25.
- Iii, B. A. B. (2019a). *Bab iii metode penelitian 3.1*. 26–38.
- Iii, B. A. B. (2019b). *Bab iii metode penelitian 3.1*. 26–34.
- Iii, B. A. B. (2019c). *Bab iii metode penelitian 3.1*.
- Iii, B. A. B., Objek, A., & Lingkup, R. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. 41–58.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2018). *No Title*. 2020, 43–54.
- kementrian perindustrian. (2019). *No Title*. <https://kemenperin.go.id/artikel/21191/Industri-Tekstil-dan-Pakaian-Tumbuh-Paling-Tinggi>
- Kotler dan Armstrong. (2018). Indikator Harga. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (pp. 10–27).
- Kumbara, V. B. (2021). *DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : ANALISIS KUALITAS PRODUK , DESAIN PRODUK*. 2(5), 604–630.
- Kuswanto, H., & Terbuka, U. (2021). *FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BERDASARKAN CITRA MEREK , PERSEPSI WAKTU , DAN LAYANAN PURNA JUAL DI TRADING COMPANY PTA ( KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN PEMASARAN )*. 2(2), 957–966.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Lapian, M. D. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.
- Laurencia, E. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Nike Pada Mahasiswa Kwik Kian Gie School Of Business. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 6–30. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/943/%0Ahttp://eprints.kwikkiangie.ac.id/943/10/RESUME.pdf>
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>

- M Nurlina. (2020). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee (studi kasus warga pondok ungu permai blok nn). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25.
- Maharini, B. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Perilaku Nasabah Kopdit Cu “Unam” Berastagi. *Repository Universitas Quality*, 9.
- Manajemen, P. S., Muhammadiyah, U., Utara, S., & Pelanggan, L. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan Salman Farisi Qahfi Romula Siregar*. 3(1), 148–159.
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., Djurwati Soepeno, Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike ( Studi Kasus Manado Town Square ). *Emba*, 7(3), 2949–2958.
- Mulyana, S. R. I. (n.d.). *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. 42.
- Nandaika, M. E., & Respati, N. N. R. (2021). PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada produk fashion merek Uniqlo di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6), 539. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i06.p02>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Pratiwi, R. D., & Wibowo, I. (2017). *PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP*. 5(3).
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Promosi, A. P., Bezhalie, I., & Evangelino, R. (2022). *KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DEAR DONUTS PADA PLATFORM E-COMMERCE*. 7.

- Riskandyani, K. (2020). PENGARUH KECERDASAN INTELEKTUAL, KECERDASAN EMOSIONAL, KECERDASAN SPIRITUAL, DAN KECERDASAN ADVERSITAS TERHADAP KINERJA AUDITOR Universitas Pendidikan Indonesia|repository.upi.edu|perpustakaan.upi.edu. *Repository.Upi.Edu*, 1–134.
- Sari, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, Brand Image dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Alat Eletronik Rumah Tangga di Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal dalam Konsep Ekonomi Islam. *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy*, 1(2), 88–97. <https://doi.org/10.57255/jovishe.v1i2.168>
- Sitinjau, T. J. R., & Arief, A. R. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1132–1143.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Steriel, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2016). pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada gofood di Jakarta. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMACA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 2010(marketing mix), 5–24.
- Wayan, N., Mitariani, E., Putu, N., & Dharmadewi, C. (2020). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP*. 15(2), 90–103.
- Zakariansyah, & Fachmy. (2021). PENGARUH IKLAN, DISKON, DAN KUALITAS PELAYANAN DRIVER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOFOOD (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Timur). *REPOSITORY STIE INDONESIA (STEI) Jakarta*, 12, 16.
- Mandey, J. B. (2013). PROMOSI, DISTRIBUSI, HARGA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA PROMILD. *Jurnal EMBA*, 95-104.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA*, 71-83 .

Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WENAK TOK. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 610-618.

