

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.
- Asaloei, et al.(2024). Tinjauan Penggunaan Jasa Transportasi Online Indrive dari Aspek Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Manado. *Jurnal Lentera Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1), 60-64.
- Aditya, B. P., Siahaan, M., Widjanarko, W., Irfana, T. B., & Thamrin, D. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk La Omvi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 125-136.
- Aziz, A., & Hendrastyo, B. B. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Konsumen Produk Smartphone Merek Xiaomi di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 7(2), 143-154.
- Chen, et al. (2018). Greenwash And Green Purchase Behavior: The Mediation Of Green Brand Image And Green Brand Loyalty. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(1-2), 194-209.
- Febriansyah, A., & Oktafiani, F. (2021). Penghindaran Pajak Yang Dipengaruhi Oleh Komite Audit Dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 13(2), 88-100.
- Febiyanti, et al. (2023). The Influence of Service Quality Perception on Trust and User Loyalty in the Gojek Application. *Experimental Student Experiences*, 1(6), 471-476.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). Deepublish.
- Fatmaningrum, et al. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176-188.
- Febiyanti, et al. (2023). The Influence of Service Quality Perception on Trust and User Loyalty in the Gojek Application. *Experimental Student Experiences*, 1(6), 471-476.
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM

SPSS, 25.

- Global Industry Analysts Inc. (2023). Clothing Industry - Global Market Trajectory & Analytics. Retrieved from [link to the report]
- Gunarsih, et al. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hasbi, et al. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 365-371.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Jamaludin, et al. (2018). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Kim, et al(2019). The effects of brand experience and trust on the loyalty of young customers in the casual dining restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 271-280.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*(12th ed., Vol. 2). PT Indeks.
- Komang. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Arak Coffee di Ubud. Skripsi. Universitas Triatma Mulya.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal IQTISHA Dequity MANAGEMENT*, 2(2), 113-126.
- Lestari, D., & Windarti, Y. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada produk minuman kemasan Marjan di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 69(2), 1- 9.

- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476- 490.
- Muangsal, et al. (2023). *Manajemen keuangan*. Penerbit Widina.
- Muhtarom, et al. (2023). Marketing Mix: Tools for Raising Consumer Satisfaction. *Res Militaris*, 13(1), 2831-2841.
- Muzammil Ilmi, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya (Doctoral Dissertation, Universitas Wijaya Putra).
- Nag, et al. (2020). An empirical investigation of customer-based brand equity drivers in the hospitality industry: The moderating role of brand category. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101935.
- Nasution, et al. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nasution, D. A., & Aslami, N. (2022). Pembentukan Sistem Informasi Kafe/Restoran Dengan Menggunakan Metode Supply Chain Management. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1437-1444.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan. *Warta Dharmawangsa*, 13(1).
- Nurrahmanto, et al. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kenikmatan berbelanja, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen di situs jual beli online bukalapak. com (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Nursiti, N., & Giovanna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Prasetya, et al. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario Pada PT. Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik).
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada

- produk stuck original. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 139-149.
- Putri, et al. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Uniqlo Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 12(6).
- Rizan, et al.(2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Riyanti, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Semarang).
- Sartika, D. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online di Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 253-262.
- Setiawan, T. (2021). THE EFFECTS OF STUDENT'S SELF CONFIDENCE AND VOCABULARY MASTERY TOWARDS SPEAKING SKILL. *INFERENCE: Journal of English Language Teaching*, 4(1), 46-53.
- Sihotang, et al. (2023). Determination Model of Housing Purchase Decision with Sharia System without Bank. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(3), 3288-3306.
- 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.
- Sofyan, et al. (2019). Effect of marketing strategy and service quality against the decisions of parents. *Ilomata International Journal of Management*, 1(1), 31-37.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono*. Bandung: Alfabeta, 15(2010).
- Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek melalui citra merek dan kepercayaan merek Toyota. *Jurnal manajemen pemasaran*, 8(2), 62-69.

- Tjiptono. (2018). Exploring consumers' purchase intention towards green products in an emerging market: The role of consumers' perceived readiness. *International journal of consumer studies*, 42(4), 389-401.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh citra merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kopi janji di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Penelitian Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1058-1068.
- Yang, et al. (2021). The effect of brand image, brand trust, and price fairness on customer loyalty in the coffee franchise industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 1023.
- Zeithaml. (2018). Cost-effective service excellence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46, 59-80.
- Siboro, R. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Industri Fashion Online pada Merek H&M. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 397-416.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579-599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Sekaran, U. and R. B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 7th editio, United Kingdom: John Wiley and Sons Ltd.
- Bastian, D. A. (2019). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-9.
- Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i1.51>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). *Marketing 5.0*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas

- Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Murwatiningsih, & Apriliani, E. P. (2013). Pengaruh Risiko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 184–191. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.
- Tri S, S. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Prodeuk Terhadap Kepuasan Pelanggan H&M. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 170. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.783>
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>