

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Agung D., Wicaksono Hadi, S., & Adi, S. (2019). Pengaruh Citra Merk (Brand Image), Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.242>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ardiani, E., & Sugiyanto. (2020). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Wanita Online dengan Media Sosial (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur dan Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat). *Jurnal Civitas Academica Ekonomi*, 1(2), 430–435. Diambil dari <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/91/91>
- Aryaditya, B. A., & Khuzaini, K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–22. Diambil dari <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/91/91>
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Pengaruh Word of Mouth Memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5442–5461. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i09.p05>
- Aziz, R. R. R., Hanfan, A., & Susilawati, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Bloods di Kota Tegal. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1–8. Diambil dari <https://konsentrasi.upstegal.ac.id/index.php/Konsentrasi/article/download/30/23/>
- Batara, S., & Ayu, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Senen Aviari. *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)*, 2(1), 83–87. Diambil dari https://www.academia.edu/36686524/PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_TEMPAT_DAN_HARGA_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_PAKAIAN_BEKAS_DI_PASAR_SEKEN_AVIARI

- Brutou, & Margaret. (2006). *The Psychological of Women*. United States of America: Wadsworth Publishing.
- Damanik, H. M., Purba, M. L., & Samosir, H. E. S. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pakaian (Studi Kasus pada Shopee). *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 5(3), 106–111. Diambil dari <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/272>
- Dewi, A. S., & Habiburahman, N. (2023). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Eleven March Store Kota Padang. *Jurnal Economina*, 2(5), 1135–1142. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i5.543>
- Djoko, H. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. *Jurnal Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* 28. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta. Diambil dari <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/11027>
- Doni, F. (2021). Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Oppo (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Ekasakti Padang). *Jurnal Matua*, 3(4), 716–729. Diambil dari <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/download/432/444>
- Elvina, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas di D.I. Yogyakarta. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 7(6), 643–656. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i6.2984>
- Fakhriyani, I. (2021). Pengaruh Lifestyle, Brand Image dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Aden. *Jurnal Manajemen*, 1–7. Diambil dari http://eprints.universitaspuptrabangsa.ac.id/542/1/JURNALirma_fakhriyani.pdf
- Febi, F., Refi, T. M., & Tarlis, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim pada Toko Sedia Peureulak Aceh Timur. *Jurnal Investasi Islam*, 4(2), 127–140. <https://doi.org/10.32505/jii.v4i2.1370>
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga dan Desain Produk yang Dimediasi oleh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 91–109. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>
- Fitri, G. N., & Yunita, C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, dan

Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian di Bittersweet by Najla”, dalam Jurnal Pijar. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 283–294. Diambil dari <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb/article/download/356/131>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara di UD. Barelang Tani Jaya Batam. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>

Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31–38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>

Hasyati, D. P., & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Sepatu Bata dengan Minat Beli sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 58–69. Diambil dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>

Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior* (5 ed.). Australia: South-Western/Cengage Learning. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=IJVgPgAACAAJ>

Huzangi, A., & Astuti, P. B. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Kelompok Acuan, dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(6), 910–926. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i6.686>

Irda, Rosha, Z., & Titipan, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52. Diambil dari <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1388/1216>

Keller, K. L. (2000). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Khoirul, M., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Persebaya Store di Surabaya. *Dinamika*

Administrasi Bisnis Untag, 6(1), 1–7.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Alih bahasa Damos Sihombing, ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.

Kotler, P. T. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.

Labesi, S. C. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pajero pada PT. Makassar Mandiri Putra Utama. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 3778–3787. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24877>

Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Word of Mouth, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60. Diambil dari <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JMDB/article/view/6167/2792>

Lubis, S., Yulita, D. E., Andrian, M. S., & Nisa, K. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita pada Remaja Akhir. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2708–2717. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1667>

Mahayanti, L. (2018). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Santi Collection Jember. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 1–9. Diambil dari <http://repository.unmuhjember.ac.id/8287/1/ARTIKEL.pdf>

Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>

Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto. *Jurnal Martua*, 3(1), 13–24. Diambil dari <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.

- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Narvantinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Fashion Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Thrift Shop Online di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen@ Thriftbuy. Me Kota Makassar). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 13–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/jbk.v12i1.3666>
- Nasution, N. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasution, R., Nasution, Z., & Fitri Nasution, M. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Wilda Collection Rantaurapat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 5(1), 115–121. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.484>
- Niar, C. (2019). Pengaruh Desain Produk dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 551–561. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.36555/almana.v3i3.1261>
- Pangestu, A., Ariningsih, E. P., & Wijayanti, W. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta Hijab (Studi Pada Konsumen di Kebumen). *Votalitas: Jurnal UMPWR*, 3(3), 1–15. Diambil dari <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/volatilitas/article/view/7118>
- Prayogi, D., & Suhermin, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(5), 1–15. Diambil dari <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2172>
- Priandewi, N. M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-Commerce Lazada. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2), 419–433. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putra, R. F., & Komariah, N. S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 18(2), 163–171.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31599/jiam.v18i2.1544>

- Rizki, A., Ahmad, H., & Dwita, S. (2022). Pengaruh Citra Merk, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Bloods di Kota Tegal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1). Diambil dari <https://konsentrasi.upstegal.ac.id/index.php/Konsentrasi/article/view/30>
- Rohmanuddin, R., & Suprayogo, H. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78–89. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.207>
- Sanjaya, M. S., Mursito, B., & Kustiyah, E. (2023). The Purchase Decision in View of Brand Image, Design and Diversity of Glasses Products at Pranoto Laweyan Optics. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–12. Diambil dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Sari, V. F., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word oan Pembelian Busana Muslim Queensland. *SEIKO: Journal of Management and Business*, 5(2), 362–372. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3359>
- Saryanto, S. P. T. M. P. G. (2018). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Teknik Kendaraan Ringan SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Strategic Brand Management: Building, Measuring, and M. B. E. (n.d.). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Supryanita, R., Gepindra, G., & Kemala, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Gaya Hidup dalam Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Pakaian pada Ikatan Mahasiswa Dharmasraya di Bukittinggi. *Jurnal Profita: Akutansi dan Bisnis*, 2(2), 94–114. <https://doi.org/10.47896/ab.v2i2.481>
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap

Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>

Sutriani, N. K. M., Suartina, I. W., & Premayani, N. W. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(4), 1369–1379. Diambil dari <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/download/1437/977>

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, Prinsip, dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tritama, A., Syarief, N., & Pusporini, P. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk PULL&BEAR di Grand Indonesia, Jakarta. *Korelasi*, 2(1), 447–463. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Diambil dari <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1128/731>

Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>

Ulfami Paquita. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Onlineshop Giyomi melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 701–708. Diambil dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/32050/29070/>

Umami, R. (2013). Pengaruh Word of Mouth, Desain Produk dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Wardani, M. (2023). Pengaruh Social Media, Word of Mouth (WOM) dan lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Yuika Shop. *Serat Acitya*, 12(1), 140–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.56444/sa.v12i1.608>

Wijaya, D. oka purnama. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Toko Busana

Muslim Toko Rizar Collection). *Competitive*, 17(1), 19–27.
<https://doi.org/10.36618/competitive.v17i1.1927>

Yuda, P., Wayan, S., & Surya, D. (2023). *Pengaruh Desain Produk dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Myhem Store di Denpasar*. 3(5). Diambil dari
<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/3636>

