

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL:

- 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>
- Adisaputra, A. S. dan N. B. (2011). Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. *J@TI Undip*, VI.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Almira Amelia, & JE Sutanto. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Arianto, N., & Aroha, S. (2023). Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Daphubu Kampung Aceh di Pamulang Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen*, 3(2), 270–284. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JISM>
- Aristawati, S. B., & Hartati, S. (2022). Perkembangan Koperasi Di Indonesia Sebagai Implementasi Ekonomi Pancasila. *JEB17: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(02), 97–110. <https://doi.org/10.30996/jeb17.v7i02.7360>
- Ariyanti, K., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh persepsi nilai dan persepsi resiko terhadap niat beli kosmetik organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2. <https://core.ac.uk/download/pdf/230761249.pdf>
- Arnisadhea, D. A., Budiarmo, A., Pradhanawati, A., Bisnis, D. A., Diponegoro, U., & Semarang, K. (2024). *Pengaruh persepsi nilai dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada naavagreen natural skin care banyumanik semarang*. 13(4), 835–846.

- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bangun, R. (2023). Brand image, product quality, and price perception on drinking water purchase decision. *Enrichment: Journal of Management*, 12(6), 4834–4840.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Buchory, A. R., Putra, A. B., Meruya, J., No, S., & Barat, J. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 1(2), 33–41. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i2.56>
- Efendi, A., & Chrismardani, Y. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Produk Fashion Secara Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4), 365–372. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i4.13493>
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Ersalina, F. (2017). Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gula Tropicana Slim Pada Supermarket Indogrosir Yogyakarta. *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Fauziah, I., Pudyaningsih, A. R., Erwantingsih, E., Fakultas, M., Universitas, E., & Pasuruan, M. (2024). Studi Kasus Pada Program Grebeg Pasar. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(3).
- Fitri, N. A., & Asmawan, M. C. (2024). *The influence of fashion trends , product quality , and prices on thrift purchasing decisions in muhmmadiyah university. August*, 136–142.
- Fransiska, T. (2022). The influence of brand image, product quality, and service quality towards the purchase decision of h&m's customers in medan under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license (cc by-nc 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 2022. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

- 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>
- Gunawan, D. I., Ramadhani, S., & Harahap, M. I. (2024). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Thriftshop Clothing Purchasing Decisions in Medan City (Case Study @cchase.id). *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(1), 76. <https://doi.org/10.32503/jmk.v9i1.5318>
- Hajjar, S., Bakkareng, & Afrizoni, H. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 63–75. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/834>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Heriyanto, Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2016 Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 9, 56–72. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/9161>
- Japlani, A., Fuadi, S., & Yuliani, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scommmer.Co Di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(4), 119–121.
- Khaerani, R. A., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 310–317. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28097>
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko nazurah hijab di kubang tungkek kabupaten lima puluh kota. *Matua*, 4(1), 375–386.
- Maulidina Ningtyas, M., & Oetarjo, M. (2023). The Influence Of Brand Image, Promotion, And Perceived Value Of Customers' Purchasing Decisions At Restaurants M2M Wonoayu Pelanggan Pada Restoran M2M Wonoayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5394–5404. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mayasari, S., & Safina, wan dian. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan

- Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Mufaddol, A., Basalamah, M. R., & Mustapita, A. F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Love, Brand Equity, Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Merek Erigo (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(2302–7061), 704–715.
- Munawaroh, R., Suharsono, J., & Koeshardjono, H. (2020). *Pengaruh Persepsi Nilai, Promosi Online Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Angkatan Tahun 2020)*. 2(1), 111–120.
- 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/10.37476/jbk.v12i1.3666>
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemica, IV (1)*(2355–0295), 117–124.
- Putri, I. D., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Halal Network Internasional (HNI) PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 5(2), 128. <https://doi.org/10.32493/frkm.v5i2.12733>
- Rina, Heikal, M., Maryudi, & Subhan, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47–56.
- Rismalasari, Slamet, A. R., & Hatneny, A. I. (2020). Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk, dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Three Second Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 9(7), 1–16. www.fe.unisma.ac.id
- Riyono, & Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*.
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34769>

- Sanjaya, W. N., & Sukma, A. (2023). The influence of brand image promotion and product quality on the purchase decision of hammerstout products. *Enrichment: Journal of Management*, 13(3), 1772–1786.
- Sari, pengki permata. (2023). *Pengaruh harga, kualitas produk, citra merek, dan media sosial terhadap keputusan pembelian pakaian thrift pada masyarakat solo raya*.
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Setiawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Manual di Kota Malang. *Journal Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang*, 2(2), No 1.
- Sukri, S. Al. (2024). *PengaruhA Brand Image , Fashion Lifestyle dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved The Influence of Brand Image , Fashion Lifestyle , and Price Perception on the Purchase Decision of Branded Preloved Clothing*. 3, 44–52.
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>
- Susmonowati, T., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 197. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.408>
- Tilaar, T. T., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan the Influence of Store Atmosphere and Perception Value Toward Purchasing Decision (Study in Rm D ' Fish Area of Megamas Manado). *Jurnal Emba*, 5(3), 3488–3497.

Buku:

- Amirullah. (2021). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester*. Indomedia Pustaka.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.

- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi pertama.*
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan.* Yogyakarta : Caps.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Prentice Hall, New Jersey.*
- Keller, & Kotler. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran. Edisi Keenam.*
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran.* Erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2009). . *Manajemen Pemasaran. Penerjemah B. Molan. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas.* Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Gray, A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Sapto, H. (2008). *Metode Penelitian dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif).* Jakarta: Gedung Persada Press.
- Schiffman & L. Kanuk. (2008). *Consumer Behavior. Edisi 7. Pearson Education, Australia.*
- Sudarsono, H. (2020). *Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.* Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
- Suparyanto, R. dan R. (2015). *Manajemen Pemasaran.* Surabaya: IN Media.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi.* (yogyakarta). marknesis.
- Tjiptono, F. (2014). *Stratergi Pemasaran (4th ed.).* Andi: Yogyakarta.
- Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa (Kedua).* Jakarta: PT.Indeks.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen kualitas produk dan jasa.* Yogyakarta : Ekonisa.