

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. N., & Artadita, S. (2022a). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *e-Proceeding of Management*, 9(4), 2113–2123.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Arianty, N., & Liyuwandari, V. (2021b). Brand Awareness Dan Sales Promotion Terhadap Purchase Decision Produk Fashion H&M Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Dalam *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora* (Vol. 2021). <https://www.interbrand.com/>
- Dimiyati, M., Saputra, H., Ardiansyah, I., Maulana, R., Ramdan, M., & Rupelu, F. N. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian: harga, kualitas dan brand image (suatu kajian studi literatur manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S. I. K. , M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (SE. , M. S. Dr. Patta Rapanna, Ed.; 1 ed.).
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *eCo-Buss*, 6(1).
- Hananto, D. (2021). *PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY SEPEDA DI TANGSEL*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hanna Natasya Safira Wardhani, & Krishna Kusumahadi. (2021). *PENGARUH HEDONIC VALUE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ZARA DI KOTA BANDUNG*. *e-Proceeding of Management*, 8, 4569–4583.
- Hapsoro, W. B., & Permana, B. B. (2021). Role of Service Quality, Price Perception, Brand Image, and Information Technology Involvement in Banking Product Purchase Decisions. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(2), 187–200. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Hidayat, C. N., & Cut Irna Setiawati. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BHINNEKA.COM*. www.trenasia.com,
- 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. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 37–43.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , 11(3).

- Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Anwar, S., & Lubis, M. A. (2021). PAKAIAN MAHASISWA PADA APLIKASI SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN FARMASI UNIVERSITAS PERINTIS INDONESIA). *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2).
- Maryati, & M.Khoiri. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO ONLINE TIME UNIVERSE STUDIO. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nabila, A. S., & Ma'arif, N. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Fashion MerchÈ di Kalangan Followers Instagram Merche.Id. *Syntax Idea*, 3(9), 2007. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i9.1458>
- Nel Arianty, & Ari Andira. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Nindy, K., Fadah, I., Ahsin, A., & Indraningrat, K. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA, RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM DI RIEN COLLECTION. Dalam *VALUE: Journal of Business Studies* (Vol. 2).
- Putri, A. K. P., & Suratno, I. B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand H&M. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Akuntansi*, 14(2), 19–30. <https://doi.org/10.24071/jpea.v14i2.4618>
- Putu Silvia Marcelina, Yosephine Jessica Teyseran, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA KONSUMEN INDONESIA. *JURNAL ILMU MANAJEMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(2).
- Rahayu, F. P., & Winarno, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk H & M The Influence Of Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of H & M Products. *e-Proceeding of Management*, 10(4), 2434–2442.
- Ramadhani Panjaitan, C. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BATIK BENANG RAJA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Rianty Buana Pertiwi, & Yayu Rahayu. (2020). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 1–9.
- Salwa Kusuma, S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK UNIQLO (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp

- Mall Semarang). Dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Nomor 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Santoso, D., & Kuwat Riyanto. (2023). Pengaruh Brand Image, Content Creator, dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 13–17. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1092>
- Sunday Ade Sitorus, M. S. C., Yunita Primasanti, ST. , M., & Mutia Ulfah, S. E. , M. M. (2022). *BRAND MARKETING THE ART OF BRANDING* (S. E. , M. M. Acai Sudirman, Ed.; iv).
- Tambunan, D., & Hendarsih, I. (2022). PENGARUH BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS BUSANA MUSLIM MERK ZOYA DI RAWAMANGUN JAKARTA. *Jurnal Usaha*, 3(2).
- Tegar Araf, M. (2022). Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mutiara Tikar Di Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(11).
- Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang Telagawathi, W., & Yulianthini, N. N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Tumpal Janji Raja Sitinjak, & Ajeng Rossa Aulia Arief. (2022). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Vinichio Laurensia. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Serta Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M (Studi Kasus Pada Konsumen Produk H&M Di Kota Tangerang). *EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 11.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24–35. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Wildan Nuryanto, U., Setiawan Wibowo, T., Septiani, R., Charina, J., & Malindar, B. (2023). Analysis Of The Influence Of Marketing Mix And Brand Awareness On Purchasing Decisions Of Clothing Dotexe Merch Products Analisis Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Clothing Dotexe Merch. Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>