

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Ninteen. *jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1419-1430.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PTINOVASI PRATAMA INTERNASIONAL.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep & strategi*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Brahim, M. N. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntasni dan Keuangan Lembaga*. Penerbit Andi.
- Bunjamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Tambunan, Y. N., Sylvia, D., Adnyana, I. D., . . . Tambunan, T. S. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dihni, V. A. (2022, March 15). *Data books*. Retrieved from Katadata Media Network: <https://shorturl.at/qvGHJ>
- Doni, M., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen YOU pada hasnah mart. *Jurnal economica*.
- E. M., & S. S. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Eltonia, N., & Hayungningtias, K. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 250-256.
- Ernawati. (2019).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17 - 32. Retrieved from <https://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf>
- Fadli, A. (2020, Februari 5). *Uniqlo Buka Toko Baru, Satu di Medan*. Retrieved from Hallo Medan: <https://hallomedan.co/read/uniqlo-buka-toko-baru-satu-di-medan>

- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akutansi)*, 4 No.1, 2020, 176-188. Retrieved from [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Kualitas+Produk+dan+Citra+Merek+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Minuman+Frestea&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Kualitas+Produk+dan+Citra+Merek+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Minuman+Frestea&btnG=)
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 176-188.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *JURNAL PENDIDIKAN SOSIAL DAN BUDAYA*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 77-84.
- Idris, D. L. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNISISLAM ANGKATAN 2016 UIN MATARAM PADA TREND FASHION (PAKAIAN). *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. unitomo press.
- Juliana, K. E., Telagawathi, N. L., & Susila, G. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*.
- Junaida, E., & Hanum, N. (2019). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Kontruksi Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategi Brand Managment (Building Measuring and Managing Brand Equity Third Edition)*. Pearson.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian prroduk pattaya corner kota salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 13-21.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2013). Pengaruh Harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen YOU pada hasnah mart air. *jurnal ekonomia*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen YOU pada hasnah mart. *Jurnal economica*.
- Murtadho, K., Dessy, F., & Albab, A. U. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian prroduk pattaya corner kota salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* , 13-21.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Neinjun, E., & Anindita, H. K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 250-256.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- R. P. (2018). *Human Capital Manajemen*. Bogor: In Media.
- Raja, S. T., & Aulia, A. A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 1132-1143.
- Rinnanik, Pariyanti, E., Bakhri, S., Buchori, Sulastri, S., Dede, . . . Misubargo. (2021). *ILMU MANAJEMEN DI ERA 4.0*. Penerbit Adab.
- Rosini, I. (2023). *Metode Penelitian Akuntansi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jawa Barat: Penerbit Adab.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millenial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Salwa, K. S., Andi, W., & Sari, L. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK UNIQLO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 807-813.
- STEKOM. (2023). *Ensiklopedia Dunia*. Retrieved from <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Uniqlo>
- Storyteller. (2023, june 16). *Stories from Briefer*. Retrieved from <https://stories.briefer.id/2023/06/16/strategi-pemasaran-uniqlo/#:~:text=Promosi%20produk%20yang%20dilakukan%20oleh,dan%20menciptakan%20buzzer%20yang%20positif>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku konsumen teori penerapannya dalam pemasaran Edisi kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan brand Image terhadap keputusan pembelian . *Jurnal Bisnis dan Manajemen* .
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran kepuasan pelanggan*. (A. T. Putranto, Ed.) Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Syarifuddin, N., & Maisyura. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(1), 95 - 114. Retrieved from <https://ojs.unimal.ac.id/na/article/view/7728/pdf>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: Andi Offset.
- U. H. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Ketik)*. Grammedia Pustaka Utama.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1058-1068.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1058-1068.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL