

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Biel, (1993). *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brand*
- Adisaputra, Najid Bangun dan Susanty, Aries. (2011). *Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kecamatan Bnyumanik Semarang*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(2), 143-154.
- Arifin, Zaenal. (2011). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Reneka Cipta
- Arumsari, Dheany. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro
- Aryasa, I. G., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gluck Clothing. *VALUES*, 1(2), 101-107.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah*, 1(0118047804), 1-50.
- Balawera, Asrianto. (2013). Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129.

- Cockrill, Antje dan Mark M.H. Goode. (2010). *Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke. The Journal of Product And Brand Management*. 19 (5)
- Daiyah, F., Mansur, M., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Three Sacond Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNISMA). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(13).
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Dermawan, Wibisono. (2003). *Riset Bisnis; Panduan Bagi Praktisi dan Akademis*. Jakarta: PT. Gramedia Puataka Utama
- Djaslim, Saladin. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: Linda Karya
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Faizani, R. D., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Merek The Executive PT Delami Garment Industries. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 157-168.
- Fivianty, N. P. A. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2019, December). Pengaruh E-Servqual, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana Melalui Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar. In *Seminar Nasional Inovasi dalam Penelitian Sains, Teknologi dan Humaniora-InoBali* (pp. 477-482).
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP. Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 4. Semarang: BP. Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP. Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi ke 8. Semarang: BP. Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: BP. Universitas Diponegoro
- Handoko, (2002). *Manajemen Pemasaran*. Badan penerbit IPWI. Jakarta.

- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- <https://radarsemarang.jawapos.com/berita/semarang/2020/02/28/industri-fashion-belum-merata/> diakses pada 14 November 2020
- <https://travel.tribunnews.com/2018/10/05/4-tempat-belanja-fashion-murah-di-semarang-yang-wajib-kamu-kunjungi> diakses pada 14 November 2020
- <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia> diakses pada 14 November 2020
- Husein, Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Cetakan Keduabelas. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Imam Ghozali. (2009). *Ekonometrika – Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Diponegoro : Semarang
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 302-319.
- Indriyantoro, Nur., Supono, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management 13*, New Jersey : Pearson Prantice Hall, Inc
- Kotler Phillip. Kevin Lance Keller. (2012) *Manajemen Pemasaran (Edisi 12) Jilid 1* Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Kotler, Plilip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millennium. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2014). *Principles of marketing*. Edisi 12. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. (2003). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi Kedua belas. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Phillip. (1995). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lie, G., & Wenas, R. S. (2017). Pengaruh Bauran Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sparkle The Organizer Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 16(2), 135-168.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Monroe. (2003). *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The Mc Grow – Hill Companies, Inc.
- Nahya, S. N., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian DRK Café Bondowoso (Studi Kasus Pada Konsumen DRK Cafe Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(11).
- Ningrom, U., Hasiholan, L. B., & Ria, T. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada DTA Jilbab Pringapus. *Journal of Management*, 7(1).

- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Flaminggo Collection. *Jurnal Ilmiah Ekonomika*, 5(2), 709-725.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1-10.
- Ramadhani, M. D., & Maskur, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahaiswa Universitas Stikubank Semarang. *Jurnal SENDIU*, 978-979-3649-72-6, 1-6
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 152-164.
- Risma, P., Irda, I., & Rosha, Z. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Produk Elzatta di Kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 17(2), 1-2.
- Rohmawati, N. A., Nasution, U. C. M. MS., & Maduwinarti, A. MP. (2020). *Pengaruh Bran Identity, Kualitas Produk, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Rumyeni, R., & Anggraini, D. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Almira Shop di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Followers* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Santoso, Singgih. (2006). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek Eiger (Kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *JPEB*, 2460-4291, 3(2), 2018, Hal :73-83
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior*. Amerika Serikat: Pearson Prentice Hall.

- Schiffman dan Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*. Fifth Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Jurnal SENDIU*, 978-979-3649-72-6, 1-5
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Sistaningrum. (2002). *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index.Stanton.
- Soewito, Yudhi (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*, 1(3), 218-229.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- Wahid Sulaiman. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus Dan Pemecahannya*. Yogyakarta : Penerbit Andi

- Wahid, Sulaiman. (2004). *Analisis-Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- William J. (1993). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Yayan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Heki Fashion Branded Cikarang Pusat Bekasi (Studi Kasus Pada di Toko Heki Fashion Branded Cikarang Pusat Bekasi).