

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ahmad Bhat, M., Ahmad Lone, R., & Ahmad, R. (2022). Product Quality and Customer Loyalty: A Review of literature. *International Journal of Marketing and Technology*, 12.
- Ansori, P. B., & Fatimah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Casual Pada Ska Mall Pekanbaru. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), 78–87. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i1.436>
- Atikah, D., Rahma, F., Socika Putri, M., Hilmiyani, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). Analisis Harga dan Kualitas Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 27–33. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Azzahra, B. A., Diandra, T., Wibowo, P., Triviera, B., Ahmad, J. M., Sawitri, B., Lingkungan, H., & Dengan Edukasi, H. (2022). Peringati Hari Lingkungan Hdiup Dengan Edukasi Trend Fast Fashion Yang Menimbulkan Dampak Pada Kesehatan dan Lingkungan. 7(12). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.11317>
- Bustomi, M. Y., Dewi, I. N., Rusmiyati, R., Pratiwi, W., & Faizal, F. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan Bauran Pemasaran Pada UD Olsabara Sukses Sejahtera. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 16(1), 57. <https://doi.org/10.19184/jsep.v16i1.34934>
- Calderón Urbina, S. D., Stamatogiannakis, A., & Goncalves, D. (2021). Consumers' choices between products with different uniqueness duration. *European Journal of Marketing*, 55(13), 148–176. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2020-0050>
- Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). Trust and Loyalty in Building the Brand Relationship with the Customer: Empirical Analysis in a Retail Chain in Northern Brazil. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030109>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality, Products Quality, and The Price on Nano Store Consumers' Loy. <https://www.researchgate.net/publication/349076606>
- Chen, T., Samaranayake, P., Cen, X. Y., Qi, M., & Lan, Y. C. (2022). The Impact of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: Evidence From an Eye-Tracking Study. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>
- Daffa, Z., Haidar, F., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Cirebon The Influence Of Brand Image On Consumer Loyalty Of Convere Brand Shoes In Cirebon City. In *Agustus* (Vol. 10, Issue 4).
- Destiani, A., Karyatun, S., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Alfamart's Cooking Oil Purchasing Decision in The Ciracas Area of East

Jakarta. *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 3(1), 160–168.  
<https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis><https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/277>

- Dirwan, & Firman, A. (2023). The Impact of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 266–277. <https://doi.org/10.33096/jmb.v10i1.514>
- 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>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace Haque, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1).
- Hedy, R., & Budiarti, S. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *14(2)*, 405–416.
- Katadata.co.id. (2023). *10 Produk Pakaian dengan Nilai Merek/Brand Value Terbesar Global (2023)*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/17/nike-produk-pakaian-dengan-nilai-merek-terbesar-global-pada-2023>
- Kornelis, Y. (2022). Fenomena Industri *Fast Fashion*: Kajian Hukum Perspektif Kekayaan Intelektual Indonesia. In *Journal Komunikasi Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum (Vol. 5)*. <https://www.edology.com/blog/fashion-media/rise->
- Lone, R. A., & Bhat, M. A. (2022). Product Quality and Customer Loyalty: A Review of literature. *International Journal of Marketing and Technology*, 12(06), 1–21.
- Madani, A. U., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on The Purchase Decision of Honda Vario Motorcycles in Depok. *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 3(1), 169–176. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis><https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/278>
- Meutia Rahmi, & Aulia Ivan. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pusat Jajanan Kota Langsa. 8.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nayoan, J. R., Nisa, A., Fitri, G., Umaroh, C. F., Maharani, D. A., Farhan, F., Hery, A., & Irianti, S. (2021). Fashion And Fashion Education Journal Pembuatan Busana Berkualitas Dari Limbah Tekstil Melalui Brand Ciclo.Th Menggunakan Teknik Mixed Media. In *FFEJ (Vol. 10, Issue 2)*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga

- Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurlia, & Asmar Zulhfa. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Studi Empirik Kosmetika Wardah. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(1), 15–33. <http://academicjournal.yarsi.ac.id/jeba>
- Prasetia Andreas. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan dan Pertumbuhan Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pratama, Y., Fachrurazi, & indra sani. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi Di Era Digital) Penerbit Cv.Eureka Media Aksara (M. Si. Dr. Drs. Marto silalahi, Ed.).
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purwadinata, S., & Batilmurik, R. W. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Kajian Teoretis dan Praktis Mengatasi Masaalah Pokok Perekonomian*. CV Literasi Nusantara.
- 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). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Siahaan, B. E., Sisilia, K., St, M. A. B., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (n.d.). (2020). Pengaruh Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Screamous di Kota Bandung The Influence Of Brand Image To Buying Decision Process At Screamous Products In Bandung.
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54–65. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5802>
- SitumorangE, LetsoinB, BriyanA, SuryaniL, EkasariA, & Kurniawati. (2021). Perilaku Pembelian Merek *Fast Fashion* pada Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. In *Alfabeta*.
- Sussanto, H., & Alfarizi, M. R. (2023). *The Impact Of Product Quality, Brand Image, And Price Perception On Bottled Mineral Water (Bmw) Purchasing Decision In Jabodetabek*. *ISSN(3)*, 66–74. <https://doi.org/10.56127/ijml>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Vrtana, D., & Krizanova, A. (2023). The Power of Emotional Advertising Appeals: Examining Their Influence on Consumer Purchasing Behavior and Brand–Customer Relationship. *Sustainability (Switzerland)*, 15(18). <https://doi.org/10.3390/su151813337>