

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang*. 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(3), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6063>
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka. com). *Diponegoro Journal of ...*, 7(1), 1–20. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20893>
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). The influence of service quality, brand image and promotion on purchase decision at MCU Eka Hospital. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 3(1), 88–97. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669. <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/download/213/160>
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen ...)*, 1(2), 80–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v1i2.61>
- Ansary, A. (2018). Brand image and equity: the mediating role of brand equity drivers and moderating effects of product type and word of mouth. *Review of Managerial Science*, 12(4), 969–1002. <https://doi.org/10.1007/s11846-017-0235-2>

- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* ..., 6(5), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1473/1487>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Badan Pusat Statistik*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html>
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and* ..., 2(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Cahya, N., & Shihab, M. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan *Journal of Entrepreneurship* ..., 1(1), 34–46. <http://journal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/1792>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(1), 61–75. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/72>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Damayanti, A. (2020, April 9). *Bisnis Fesyen Anjlok Diterjang Corona*. Finance.Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4971161/bisnis-fesyen-anjlok-diterjang-corona>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif* ..., 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>

- Diyatma, A., & Rahayu, I. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & bar. *EProceedings* ..., 4(1), 175–179. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4641>
- Djakarta.id. (2022). *Lima Brand di Satu Website*. Djakarta.Id. [http://djakarta.id/lima_brand_di_satu_website_berita1346.html#:~:text=3Second merupakan salah satu brand,juga segmentasi yang berbeda-beda](http://djakarta.id/lima_brand_di_satu_website_berita1346.html#:~:text=3Second%20merupakan%20salah%20satu%20brand,juga%20segmentasi%20yang%20berbeda-beda).
- 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. <https://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1), 1–20. <https://www.ejournal.unair.ac.id/JMTT/article/view/5134>
- Febrinastri, F. (2021, March 18). *Akibat Covid-19 Penjualan Fesyen Indonesia Turun 70%, Ini Upaya Kemnaker*. Suara.Com. <https://www.suara.com/bisnis/2021/03/18/202849/akibat-covid-19-penjualan-fesyen-indonesia-turun-70-ini-upaya-kemnaker>
- Firdha. (2020, March 30). 🌟26 Brand Lokal untuk Milenial, Dijamin Nggak Ketinggalan Zaman - USS Feed. Ussfeed.Com. <https://ussfeed.com/brand-lokal/seo/>
- Foster, B. (2017). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 68–76. <https://jurnal.dim-unpas.web.id/index.php/JIMK/article/view/40/72>
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud. Bareleng Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan ...)*, 6(2), 37–53. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/4>

- Himma, F. (2022). *Ini Dia Cara Memulai Bisnis Fashion Raup Untung*.
Www.Majoo.Id. <https://majoo.id/solusi/detail/bisnis-fashion>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 4(1), 14–22. <https://core.ac.uk/download/pdf/229812493.pdf>
- Juli, E. K. (2022). PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN, BRAND LOVE DAN E-PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH PADA PENGGUNA APLIKASI *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–13. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis/article/view/1083>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & ... (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *MBR (Management and ...)*, 5(2), 224–238. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/mbr/article/view/5833>
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Proceedings ...*, 1(1), 510–524. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/6923>
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=fLBYEAAAQBAJ>
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). pengaruh harga dan promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pengguna transportasi berbasis online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381–390. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi ...*, 3(2), 23–31.

- <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MANOVA/article/view/301>
- Maslowska, E. (2017). Do customer reviews drive purchase decisions? The moderating roles of review exposure and price. *Decision Support Systems*, 98, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.03.010>
- Muhammad, H. (2022, July 17). *Pilihan Bisnis Bidang Digital yang Paling Menguntungkan* / *Republika Online*. [Www.Republika.Com](http://www.Republika.Com). <https://www.republika.co.id/berita/5u77380/pilihan-bisnis-bidang-digital-yang-paling-menguntungkan>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Hikmah*, 14(1), 49–55. <http://ejournal.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/16>
- Naufal, M. H., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Love terhadap Purchase Decision melalui Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 6(4), 377–387. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/15121>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(2), 60–69. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/download/66/80>
- Oktavani, F., & Simatupang, L. N. (2020). PENGARUH HARGA, E-PROMOSI DAN KEPERCAYAAN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI APLIKASI LAZADA (Studi Kasus Pada *Jurnal Manajemen*, 4(2), 26–36. <https://ojs.jekobis.org/index.php/manajemen/article/view/139>
- Palupi, Y. P. A. (2021). *Cara Jitu 3Second Hadapi Pandemi, Inovasi Konsep Bisnis*. *Koranbernas.Id*. <https://koranbernas.id/cara-jitu-3second-hadapi-pandemi-inovasi-konsep-bisnis>
- Pane, D. N. (2018). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian teh botol sosro (studi kasus konsumen alfamart cabang ayahanda). *Jumant*, 9(1), 13–25. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/189>
- Panduan Penulisan Skripsi. (2021). Fakultas Ekonomi., Universitas Negeri Jakarta

- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55–79. <https://doi.org/10.30813/ JBAM.V10I1.870>
- Pusparisa, Y. (2019). 5 Jenis Barang yang Paling Diburu Konsumen di E-Commerce. [Www.Databoks.Katadata.Co.Id](http://www.Databoks.Katadata.Co.Id). [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/11/5-sektor-barang-yang-paling-diburu-konsumen#:~:text=Sektor Barang Terbesar Pilihan Konsumen \(2018\)&text=Fesyen%2C perjalanan%2C buku dan musik,menjadi barang yang paling laris.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/11/5-sektor-barang-yang-paling-diburu-konsumen#:~:text=Sektor%20Barang%20Terbesar%20Pilihan%20Konsumen%20(2018)&text=Fesyen%2C%20perjalanan%2C%20buku%20dan%20musik,menjadi%20barang%20yang%20paling%20laris.)
- Putra, F. D., & Basalamah, M. R. (2021). Pengaruh E-Promotion Dan User Interface Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(10), 139–147.
- Rachmawati, E., Hurriyati, R., & ... (2020). E-Promosi untuk Komunikasi pelanggan di Sektor Minuman: Studi Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Dan ...*, 9(2), 238–247. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/2360>
- Ramesh, K. (2019). Consumer's response to CSR activities: Mediating role of brand image and brand attitude. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 377–387. <https://doi.org/10.1002/csr.1689>
- Rasyid, H. Al, & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v16i1.3031>
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh brand image dan product knowledge terhadap purchase intention dengan green price sebagai moderating variabel pada produk The Body Shop di *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi ...*, 1(2), 1–11. <http://jameb.stimlasharanjaya.ac.id/JAMEB/article/view/20>
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat

- beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 139–145.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2541>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & ... (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal ...*, 7(1), 881 – 890.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Singh, S., & Singh, U. S. (2020). Varying Consumer Brand Loyalty Push to Promotion Mix: A Gendered Perspective. *Journal of Xidian University*, 14(6), 52–62. <https://doi.org/10.37896/jxu14.6/087>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan ...*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect Of Product Quality, Perceived Price and Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand electronic Product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194.
<http://ecojoin.org/index.php/EJM/article/view/230>
- Supangkat, A. H., & Supriyatin, S. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian tas di intako. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 6(9), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1103>
- Widyastuti, S., & Said, M. (2017). Consumer consideration in purchase decision of SPECS sports shoes product through brand image, product design and price perception. *International Journal of Supply Chain ...*, 6(4), 199–207.
<http://ijis-scm.bsne.ch/ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/1809/0>
- Yoebrianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.

<http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/685>



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*