

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim. (2020). *ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTIK YULIA GRACE*.
- Adiputra, I. M. S. , et al. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Amelfdi & Ardyan. (2021). *Pengaruh_Brand_Awareness_Brand_Image_Dan zara*. 5.
- Arianty, & Andira. (2021). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 4.
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aviani. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO DI YOGYAKARTA SKRIPSI* Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana.
- Awaludin, M. N., & Sukmono, S. (2020). *The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions With Viral Marketing As Intervening Variables on Janji Jiwa Coffee Consumers Among Students Using Social Media Area Jabodeta*.
- Basallama, A. D., & Ariyanti, M. (2023). The Influence of Reference Group on Purchase Decision of Iphone Products With Lifestyle as A Moderating Variable (Case Study: Iphone Product Users In Indonesia). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 23(1), 73. <https://doi.org/10.25124/jmi.v23i1.4178>
- Brand finance. (2021). *Apparel 50 ranking 2023*.
- Cahyaningrum, B. N., Untoro, W., Setiawan, A. I., & Wahyudi, L. (2023). The Influence of Price, Security and Promotion on Purchase Decisions in Online Store: Z Generation Study. In *Journal of Namibian Studies* (Vol. 33).
- Dayanti, D., Tantra, T., Manajemen, S., Telekomunikasi Dan Informatika, B., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR SKINTIFIC PRODUCTS*.
- Dea, R., Macdhy, N., Mariam, S., & Sudrajat, A. (2022). *PENGARUH BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN INDOMIE*. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 17(2), 161–171. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.161-171>
- Elvera & Astarina. (2021). *Teori pengukuran dalam penelitian psikologi*. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah. (2019a). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Indruyo. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Keenam*. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Inten, E., & Genoveva, K. (2019). *The Influence of Brand Equity Towards Purchase Decision (Case Study of Korean Cosmetics Innisfree in Jabodetabek)* (Vol. 14, Issue 1).
- Keren & Sulistiono. (2019). *Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*.
- Kholidah & Arifiyanto. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian*. Penerbit NEM.
- Kotler. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler & Armstrong. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*.
- Kotler dan Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 1*. Jakarta: Erlangga.
- Marwati, & Amidi. (2019). *1567-2903-1-SM*.

- Nurhalim. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE GOJEK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS EFEK COVID-19 KONSUMEN KARAWACI TEGAL BARU TANGERANG)* (Vol. 9, Issue 1).
- Nurmawati. (2022). *PERILAKU KONSUMEN & KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Nurmono. (2022). PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BURGER KING DI BOTANI SQUARE BOGOR. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 2(2), 214–224. <https://www.topbrand-award.com>
- Paramitha, M. P., Pembimbing, D., Sri, :, & Prabandari, P. (n.d.). *Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia*.
- Prasetio, A., & Angelina, A. P. (2023). The Influence of Brand Image and Product Price towards Purchase Decision at E-commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9(1). <https://doi.org/10.22441/jimb.v9i1.15185>
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Putra, & Abiyoga. (2023). *Hal 343-351 I Gede Bagus Surya Putra dan Ni Luh Adisti Abiyoga* (Vol. 3, Issue 2).
- Rachmawati, I., & Sary, F. (n.d.). *SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES Influence of the Use of Brands in a Foreign Language (English) on the Purchase Decision Process of Cosmetic Products Made in Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/316663249>
- Riyanto & Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen Sampul Depan*.
- Roflin, E. , A. L. I. , & Pariyana. (2021). *Populasi, sampel, variabel dalam penelitian kedokteran. Bandung: Alfabeta*.
- 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>
- Satria, A. S., Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Veteran Jawa Timur, U. (n.d.). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya Hery Pudjoprastyono* (2) (1)(2). 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2>
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NEW AYAM BANDUNG RESTO KAWASAN MEGAMAS MANADO ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER BEHAVIOR TOWARD PURCHASE DECISION IN NEW AYAM BANDUNG RESTO KAWASAN MEGAMAS MANADO. *5195 Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- Sucipto, E., & Fuad, T. M. (2020). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA DI JAKARTA*.
- Sudaryanto, Suroso, I., Pansiri, J., Umama, T. L., & Hanim, A. (2021). Impact of culture, brand image and price on buying decisions: Evidence from East Java, Indonesia. *Innovative Marketing*, 17(1), 130–142. [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.11](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.11)

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. (Edisi 7).* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019c). *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.* Bandung: ALFABETA. .
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian (31st ed.).* Cv. Alfabeta.
- Sujarweni. (2023). *Metode Penelitan Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami.* Yogyakarta : Pustakabarupress.
- Tjiptono & Diana. (2020a). *Manajemen Pemasaran Strategik.* Andi Offset.
- Tjiptono & Diana. (2020b). *Manajemen Pemasaran Strategik.* Andi Offset.
- Trisliatono, A. (2022). *Metodologi Penelitian (Giovanni, Ed.).* Yogyakarta: Penerbit Andi (Anggota Ikapi).
- Umama. (2019a). *THE INFLUENCE OF CULTURE, BRAND IMAGE AND PRICE ON CONSUMER'S BUYING DECISION IN BASMALAH STORE IN.*
- Umama, T. (2019b). *THE INFLUENCE OF CULTURE, BRAND IMAGE AND PRICE ON CONSUMER'S BUYING DECISION IN BASMALAH STORE IN.*
- Watanabe, E. A. de M., Torres, C. V., & Alfinito, S. (2019). The impact of culture, evaluation of store image and satisfaction on purchase intention at supermarkets. *Revista de Gestao*, 26(3), 256–273.
<https://doi.org/10.1108/REGE-12-2017-0009>
- Widiasworo. (2019). *Menyusun Peneliitian Kuantitatif Untuk Skirpsi Dan Tesiis (Ilalang, Ed.; Vol. 1).* Yogyakarta: Araska.
- Yunita, & Indriyatni. (n.d.). *Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang) Effect of Brand Image, Advertising Attractiveness, and Celebrity Endorser To Purchase Decision MS Glow (Study on MS Glow Customers in Semarang City).*
- Yunus, M., & Adam, M. (2019). *The Effect of Product Quality, Brand Image, Price, and Advertising on Purchase Decision and its Impact on Customer Loyalty of Morinaga Milk in Aceh.*
www.ijicc.net