

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2023). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Gimmeback Di Kabupaten Kebumen*. 5(5), 551–564.
- Aghivirwati, G. A., Juliawati, P., Lumbanraja, T., Qosim, N., Sofyanty, D., Dewiningrat, A. I., Kismanto, J., Munim, A., Noviana, A., & Festus Evly R. I. Liow. (2022). *Manajemen Kualitas*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=Sr6beaaaqbaj>
- Ainurrofiqin, M. (2023). *Teknik Branding 5.0: Tingkat Brand Awareness Di Era 5.0*. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Kydeaaaqbaj>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6 SE-Articles), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Asari, A., Anam, A. C., Litamahuputty, J. V, Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., & Syukrilla, W. A. (2023). *Pengantar Statistika*. Mafy Media Literasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=3ufgeaaaqbaj>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Batxdwaaqbaj>
- Cahyadi, Universitas Buddhi Dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Cahyati, T. (2023). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Aplikasi*. Cipta Media Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=Z8fveaaaqbaj>
- Choiriyah, Z., & Sa'adah, L. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran Di CV. Zam-Zam*. Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. <https://books.google.co.id/books?id=Ic93eaaaqbaj>

- Darnaufal, M., & Firmialy, S. D. (2024). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Palugada Streetwear Pada Pengguna Instagram Di Kota Bandung ( Studi Untuk Generasi Z ) The Influence Of Brand Awareness On The Purchase Decision Of Palugada Streetwear Products In The Z I*. 11(1), 925–930.
- Dewi, Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.  
<https://books.google.co.id/books?id=Rbyfeaaaqbaj>
- Dewi, I. A. M. L., Giantari, I. G. A. K., & Wardana, M. A. (2023). *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, Dan Kualitas Produk*. CV. Intelektual Manifes Media.  
<https://books.google.co.id/books?id=1bffeaaaqbaj>
- Dwi, Y., & Pardi, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Toko Ellyn. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.37058/Jem.V8i1.3463>
- Eric, M., & Sukati, I. (2024). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo Di Kota Batam*. 5(1), 266–275.
- Faisal, D. M. (2023). The Influence Of Product Quality, Price And Location On Consumer Purchasing Decisions (Survey On Alle'chante Tasikmalaya Store Consumers). *Journal Of Management, Economic, And Accounting*, 2(1), 45–54.
- Farida, . E. A., Tri Dina Fitria, ., & Kusumo, S. H. (2024). *Manajemen Merek*. CV Rey Media Grafika. <https://books.google.co.id/books?id=T4f3eaaaqbaj>
- Ferine, K. F., & Yuda. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Situs Online Shop*. Selat Media.  
<https://books.google.co.id/books?id=Grsfeaaaqbaj>
- Firmansyah, A. (2023). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media. <https://books.google.co.id/books?id=Fihheaaaqbaj>
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya,

- N. P. N. P., Suyatno, A., & Rahayu, T. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=3to-EAAAQBAJ>
- Hartin, N. F. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Hasibuan, R. (2023). *Pengantar Bisnis*. Absolute Media.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Ctuxeaaaqbaj>
- Hendarsih, I., & Tambunan, D. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Busana Muslim Merk Zoya Di Rawamangun Jakarta. *Jurnal USAHA*, 3(2), 1–14.  
<https://Doi.Org/10.30998/Juuk.V3i2.1361>
- Heryana, A. (2020). *Hipotesis Penelitian*.  
<https://Doi.Org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen (Pertama)*. Widina.
- Iskandar, A., M, A. R. J., Fitriani, R., Ida, N., & Sitompul, P. H. S. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Dmnfeaaaqbaj>
- Ismanto, H. (2021). *Aplikasi SPSS Dan Eviews Dalam Analisis Data Penelitian*. Deepublish. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Hvu1eaaaqbaj>
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Flbyeaaaqbaj>
- Lembayung, R. D., Mahmud, & Sentosa, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk 3second (Jakarta Pusat). *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 424–432.
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114.  
<https://Doi.Org/10.57093/Metansi.V5i2.165>
- Muharam, H. (N.D.). *Perilaku Konsumen*. Wawasan Ilmu.  
[https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=8A\\_Deaaaqbaj](https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=8A_Deaaaqbaj)

- Mujito., Muharam, Adyas., D., Fitriyanti, A., & Fathurrahman. (2023). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. Edu Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=Rgpbeaaaqbaj>
- Mukhid. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Mukhtazar, M. P. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media. <https://books.google.co.id/books?id=Ihhdwaaqbaj>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam. Tengku Firli Musfar, SE, MM-Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia (CV Media Sains Indonesia)*.
- Nadirah. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method (Mengelola Penelitian Dengan Mendeley Dan Nvivo)*. CV. Azka Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=Yet9EAAAQBAJ>
- 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. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nilowardono, S., Baktiono, A., Artaya, I. P., & Rosyid, A. (2024). The Influence Of Product Quality On Purchase Decision Through Brand Image: A Case Study On 3second Fashion. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 7(1), 30–39. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v7i1.2612>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., & Batin, M. H. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=Oa1eEAAAQBAJ>

- Nurmawati. (2021). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=CHRMEAAAQBAJ>
- Nursal, F. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=1vobeaaaqbaj>
- Nuryanto, W. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Clothing Dotexe Merch. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 641–647.
- Ontarina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren Di Universitas Wijaya Putra Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(7), 397–407.
- Pandiangan, P. (2019). *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Bisnis Pada Distro Yang Terdaftar Pada Kick Bandung*. 30–55.
- Pasaribu, V. L. D., Karyanto, B., Ahdiyati, M., Athalarik, F. M., Andni, R., Ganika, G., Nanda, Z., Putra, A. R., & Darussalam, A. Z. (2021). *Pemasaran Kontemporer*. Penerbit Widina.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=9whseaaaqbaj>
- Prasetya, I. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori Dan Praktik*. Umsu Press. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Caebeaaaqbaj>
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Penerbit Andi.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Iseyeaaaqbaj>
- Purnomo, R. A. (2019). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. Wade Group Bekerjasama Dengan Unmuh Ponorogo Press.  
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Mqcgdwaaqbaj>
- Rachiminadhisa, I. (2021). Metode Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 24–49.
- Rachmawan, M., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Vans Di Kota Surabaya. *Sosialita*, 2(2 SE-Articles).

- <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sosialita/article/view/8965>
- Rahman, A., Ariandi, F., & Arista, R. (2023). The Influence Of Brand Awareness, Promotion And Product Quality On Customer Purchasing Decision. *Jurnal Scientia*, 12(4), 2023. <http://infor.seaninstitute.org/index.php>
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ??? (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Universitas Mulawarman.  
<https://books.google.co.id/books?id=-3kceaaaqbaj>
- Ramadhan, R., & Defrizal. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Distro Otsky. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 444–450. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1100>
- Ramadhani, R., & Bina, N. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS*. Prenada Media.  
<https://books.google.co.id/books?id=0WFHEAAAQBAJ>
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya Penerapan Literature Review Pada Penelitian Ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42–51.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Santoso, A. W. M. (2023). *Bukan Di Perancis, Inilah 5 Kota Mode Di Indonesia, Nomor 1 Disebut Sebagai Paris Van Java*. SurabayaNetwork.Id.  
<https://surabaya.jatimnetwork.com/gaya-hidup/529042406/bukan-di-perancis-inilah-5-kota-mode-di-indonesia-nomor-1-disebut-sebagai-paris-van-java>
- Shaleh, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Natural Indigo Dyed (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Batik Merek The Bluesville). *JIAB: Jurnal Ilmu Adinistrasi Bisnis*, 06(03), 179–190.
- Siregar, S. (2023). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.  
<https://books.google.co.id/books?id=Kndkeaaaqbaj>
- Sudrajat, E. (2023). *Branding Di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, Dan Tepat Sasaran*.

- Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Itrheaaaqbaj>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D* (Kedua). Alfabeta Bandung.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. Unj Press.  
<https://books.google.co.id/books?id=Fuukeaaaqbaj>
- Surjono, W., & Saepudin. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cipta Media Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=Ksj6eaaaqbaj>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.  
<https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Wardhana, B. G. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Sepatu Merek Asics. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–14.  
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2706>
- Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Cetakan Pertama). Pena Persada.

