

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2019). Halal label vs product quality in Halal cosmetic purchasing decisions. *Ikonomika*, 4(2), 227-242.
- Akbar, M. F. (2019). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at . *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 237-248.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- 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), 211-224.
- Darmawan, M. D. (2018). The effect of price, product quality, promotion, social factor, brand image on purchase decision process of loop product on youth segment (Case Study of Pt Telekomunikasi Selular). In *Proceeding of International Seminar & Conference on Learning Organization*.
- Darmawan, L. H. N. (2022). *Analisis Adopsi E-Commerce Untuk Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Garut*.
- Fahlevi, M. I., & Tantra, T. (2024). Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue. *eProceedings of Management*, 11(1).
- Fauzi, H. I., & Tantra, T. (2023). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap niat beli smartphone vivo. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1422-1438.
- Frintika, M. T., & Rachmawati, I. (2023). The Influence of E-WOM, Brand Image, Product Features, and Product Price on Purchase Intention for the Samsung Galaxy S23 Smartphone in Indonesia. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 117-130.
- Gairah Industri Fashion Indonesia*. (2019, July 14). CNBC Indonesia. Retrieved July 20, 2024, from <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/kinerja-industri-tekstil-meningkat-934-pada-2022>
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *INOVASI*, 18(4), 826-831.
- How A Fine-Tuned Marketing Strategy Can Accelerate Business Growth*. (2023, February 7). Data Indonesia. Retrieved January 8, 2024, from <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2023/02/07/how-a-fine-tuned-marketing-strategy-can-accelerate-business-growth/>
- Imantoro, F. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh)*(Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

- Industri Pakaian Jadi : Potensi dan Daya Saing Industri di Era Revolusi Industri 4.0. (2019). Indonesia Development Forum. Retrieved July 20, 2024, from <https://indonesiadevelopmentforum.com/2019/knowledge-center/detail/12516-12516-industri-pakaian-jadi-potensi-dan-daya-saing-industri-di-era-revolusi-industri-40>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irjayanti, M., & Aziz, A. (2021). Manajemen Mutu Industri Kulit untuk Meningkatkan Daya Saing di Pasar Global. *Jurnal Administrasi Bisnis dan Publik*, 12(2), 16-30.
- Kinerja Industri Tekstil Meningkat 9,34% pada 2022*. (2023, April 5). Data Indonesia. Retrieved January 8, 2024, from <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/kinerja-industri-tekstil-meningkat-934-pada-2022>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. (17th ed., Vol. 73, Issue 291, p. 734). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.2307/2228591>
- Kurriwati, N. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Eco-Entrepreneur*, 5(2), 67-79.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Nazurah Hijab di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal*, 4(2), 375-386.
- Ni Luh Ari Purnamawati, Ni Wayan Eka Mitariani, & Ni Putu Nita Anggraini. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Badung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung, vol.01*, 171-181.
- Notoadmojo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Oktaviani, V. P., Suci, R. P., & Hermawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Customer Trust sebagai Vaariabel Mediasi (Studi pada Konsumen Perumahan Graha Singhajaya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 27-38.
- Pratama, Y. B., Thalib, S., & Miranda, A. (2024). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening untuk Sepatu Sepak Bola Merek Specs: Studi Empirik Pada Komunitas Sepak Bola Di Kabupaten Bogor. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 4(2), 156-170.
- Prasetyo, 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), 67.
- Rachmawati, I., Sary, F. P., & Perdani, D. R. (2016). Influence of the use of brands in a foreign language (English) on the purchase decision process of cosmetic products made in Indonesia. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 24, 51-62.

- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan. *Productivity*, 2(3), 228-233.
- Rosnaini, D. (2019). Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Sulawesi Selatan: Global RCI.
- Rujakat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Saraswati, M. S. (2018). Social media and the political campaign industry in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(1), 51-65.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (SurveyPelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA*, Vol. 5, 1171-1184.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sunyoto, D. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Strategi dan Kasus) Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi ke-2). Penerbit Alfabeta.
- Taufiq, K., Rachmawati, I., & Tantra, T. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Saat Pandemi Covid 19 Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee. *eProceedings of Management*, 10(2).
- Tjiptono Fandy, A. D. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Viola Swara Nadaranty Savira, I. Y. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* Vol.1, 110-118.
- Wisnu Kusuma, & Saputra, S. D. (2015). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Pengaruh Desain Gambar, Merek Dan Kualitas Produk Kaos Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Idiomatic Yogyakarta*, Vol.15.