

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I., & Astuti, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman*, 16.
- Andreani, et al. 2012. Dampak brand image terhadap Loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai mediator. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, Vol.14, No.1, h: 64-71.
- Arslan, Muhammad., M.Phil. 2014. *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan*. *Research on Humanities and Social Sciences*. 4 (22), h: 98-107
- Assauri, Sofjan, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Rajawali Pers
- Apriyani, Y. 2013. Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(1), pp: 1-10.
- Aulia, D. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Merek Converse pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen pemasaran Dan pemasaran jasa*. CV Alvabeta, Bandung.
- Dharmmesta, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Liberty, Yogyakarta
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2006). *Consumer Behavior*. Permissions Departement, Thomson Bussiness and Economics.
- Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"* semarang: badan penerbit universitas diponogoro. V
- Giri, I. G., & Jatra, I. M. (2014). Pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing, thirteen edition*. Prentice Hall. New Jersey

- Kotler, Philip & Armstrong, G. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13, Jilid 1, Erlanga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran, (Edisi Kedua Belas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing 15 Edition*. In New Jersey: Pearson Prentice Hall (Ed.) (15th ed., p. 2014).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey : Prentice Hall, International, Inc.
- Lestari, Berta. 2012. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Hasil Penjualan Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (Emkl) Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. 4 (1). pp: 41-48.
- Margiyanto. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Blackberry* Di Kota Semarang. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Modi, Sakshi; Tapasya Jhulka. 2012. *Impact Of Promotional Schemes On Buying Decisions Of A Consumer*. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*. pp : 40-48
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpti Telkomsel Di Kota Manado . *Jurnal EMBA Vol.1 NO.4 Desember* , 2338.
- Musay, F. P. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aministrasi Bisnis*,pp: 1-7.
- Purwati, dan Rohmawati. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepututsan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. Politeknik Negeri Sriwijaya
- Randang Wahyudi 2013. Kualitas Produk, Atribut Produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng. *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174*. Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 701-709.
- Rangkuti, Freddy (2009). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Cetakan III, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Setiadi, N.J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Cetakan Kedelapan, Penerbit CV.Afabeta.
- Suryani, I. 2016. Dream.co. WebsiteDream.co.id:http://www.dream.co.id/dinar/-industri-fashion-peringkatii-dalamperkembangan-di-badan-eko1601133.
- Suharso dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Susanto, A.B. 2017. *Membangun Merek Produk*. Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2011.*Manajemen Pemasaran – Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi ke Enam. BPFE. Yogyakarta
- Tjipono, Fandy. 2008. *Dimensi Kualitas Produk Manajemen Pemasaran*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing. Yogyakarta.
- Utari, D. D. (2016). *pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian indihome*. Medan: Universitas Medan Aren
- Walukow, A. L., Mananeke, L., & Sepang, J. (t.thn.). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di bentenan center sonder minahasa. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1737-1749* .
- Wangean, R. H., L., S., & Mandey. (2 014). Analisis citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada mobil all new kia. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1715-1725* .
- (www.pullandbear.com. 2019) di akses pada 8 Desember 2019
- (www.Inditex.com. 2020) di akses pada tanggal 31 Desember 2020
- (Kemenperin.go.id. 2019). di akses pada 4 Desember 2019
- (www.statista.com. 2020) di akses pada tanggal 1 Januari 202