

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa; Aris Ananda. Edisi revisi. Jakarta: Mitra Utama.
- Angelika, Vina T., Ayu, Charisma P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ *House Palembang*. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*. Vol. 2 No. 2. Hal 143-153.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban Achilles di Jakarta Selatan. *MIX: Jurna Ilmiah Manajemen*. Vol. 5 No. 1. 153082.
- Bagus, A., Natalia, dan Anindita. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1 No.1. Januari. Hal. 32-38.
- Bilson, Simamora. (2011). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Brosnan, Robert., Putu, Ni Nita A., & Wira, Ary A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Semadhi *Bike Shop* Blahkiuh di Masa Pandemi Corona (Covid-19). *Jurnal EMAS*. Vol. 2 No. 2. Hal 109-118.
- Budiyanto, A., Diska D. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Smartphone* Merek Samsung. *ESENSI: Institut Bisnis Nusantara*. Vol. 20 No. 3.
- Chandra, Gregorius. (2005). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermanto, Rendy S. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Smartphone Xiaomi* (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*. Vol. 15 No. 1. Hal. 1-67.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. Vol. 5 No. 2. Hal 140-156.
- Irmaliya, Fatma., Anisa F. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk UMKM Kuliner (Studi Empiris UMKM Kuliner Di Kota Magelang). *Journal Unimma*. Hal 928-937.

- Jayanti, Wulan M., Imam H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-MAX. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: STIESIA Surabaya*. Vol. 7 No. 9.
- Juni, D Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta: Bandung.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lia, Putu PA., Agung, Anak PA., & Putu, Cempaka D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal EMAS*. Vol. 3 No. 2. Hal 36-45.
- Ludiman, David. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Iphone Di Kota Palembang. *Skripsi*. Universitas MDP.
- Lutiary, Eka R. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (*Brand Image*) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (*Brand Loyal*) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Mudmainnah, Wulan. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Oriflame Terhadap Minat Beli Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *Skripsi*. IAIN PALOPO.
- Nurida,. Sri E. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna *Handphone* Oppo di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*. Vol. 3 No. 2. Hal 1-15.
- Pranata, Sanjaya Siswoyo. (2018). Dampak Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Dalam Usaha Sambal. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 2 No. 6.
- Priyatno, Duwi. (2010). *Tekhnik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Yogyakarta: Gaya Media.

- Pujihastuti, Isti. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*. Vol. 2 No.1. Bekasi: Universitas Islam 45.
- Ramadhanti, Shafira S., Ryan, Aditya P., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen: Universitas Mulawarman*. Vol. 13 No. 1. Hal 37-46.
- Rokhmawati, Heru., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh Harga, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitaly: Mataram*. Vol. 11 No. 1.
- Sanad, Ahmad. dan Wuryaningsih DL, MM. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Local Brand pada Produk Fashion (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Shafitri, M., Lina, dan Nobel. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone Vivo*. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Vol. 2. Hal. 201-212.
- Standard, Dinar. (2021). “*Modest Fashion Trend Forecasting 2021-21*”. <https://www.salaamgateway.com/story/infographic-state-of-the-global-islamic-economy-2022>. Diunduh Juni 2022.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan Keeman. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Budi Utama: Sleman.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Tresna, Mayang D., dan Puspitasari, Citra. (2018). Penerapan Konsep Syari Modern Pada Desain Busana Pengantin Muslimah. *Jurnal ATRAT*. Vol.6 No.3. Hal 235-241.
- Wibi, Aland P., Munas, Bambang D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division di Kota Solo. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 10 No. 4. Hal 1-14.