

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 18
- Akhmad, J. 1996. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung lesehan di Jalan Protokol Yogyakarta”. *Jurnal STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis*, No. 7, Hlm. 14-28.
- A.R Muhammad Nurizal, “PENGARUH CITRA MEREK DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN (Survey pada Pelanggan Distro Wadezig Bandung) “ Universitas Pasundan, Tahun 2019, p. 1-2.
- Augusty, Ferdinand. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- D.N. Fryda, “PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP PURCHASE DECISION “, Universitas Indonesia, Tahun 2015, p. 3-5.
- D.N. Muhammad Yusra, “Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Wormhole Store Bandung”, Universitas Telkom, Tahun 2020, p. 7-8.
- E. Yunaida, “Pengaruh brand image terhadap brand loyalitas konsumen breshka”, Universitas Kristen Maranata, Tahun 2017, p.1-2.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- H. Ipa Audina Br, H. Wahyu, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang)”, Universitas Diponegoro, p. 2-3.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1& 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. p125
- Keller, K. P. 2016. Jurnal : Marketing Management. Jakarta: Erlangga dan Kotler, P. a. 2016. Jurnal :Marketing Management. . US :Global Edition Pearson Prentice Hall
- Lupiyoadi, R. 2011.Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat.
- Machfoedz Mahmud, 2005, Pengantar Pemasaran Modern, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Mariza Shabastian, , dan Prof.Dr. Hatane Samuel, “Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square”, Universitas Kristen Petra, Tahun 2013, p.3-4.
- M. Roslin Isya, “Analisis Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indihome Di Telkom Witel Solo Tahun 2020”, Universitas Telkom, Tahun 2020, P .3-4.
- Philip Kotler dan A.B Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2, terj. Ancella Anitawati Hermawan, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 634.
- P. Sandy Wiatma, “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Zara di Kota Bandung” Universitas Telkom, Tahun 2020, p. 12-13.
- Schiffman dan Kanuk, 2015. Consumer Behavior. 11th Edition. Global Edition.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2016. Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Moderen Edisi 3 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif , dan R&D. Bandung:  
Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta

<https://www.pullandbear.com/id/wanita/pakaian/kaus-c1030204631.html>

<https://www.zara.com/id/id/woman-special-prices-11314.html>

<https://www.kompasiana.com/annisamega/perkembangan-trend-fashiondi>

indonesia\_588321f3cc92731105931d89)

<https://www.merdeka.com/jateng/regresi-adalah-metode-untuk-menentukan-sebab-akibat-kenali-jenis-dan-contohnya-klm.html>