

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). *Pengaruh Price discount Terhadap Impulse Buying di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan *Trend fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125-131.
- Ayuni, A. D. (2023). *Pengaruh Product Quality, Price Perception, dan Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision Produk Tas Jims Honey (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh *brand awareness*, brand ambassador, dan harga terhadap keputusan pembelian online pada marketplace shopee (studi pada mahasiswa stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
- Cahya, A. D., Hajati, N., & Basalama, M. R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(02).
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
- Fatwa, D. I., & Zidatin Nurkumala, E. T. (2023). Penguatan dan Bimbingan *Trend fashion* Islami Bagi Mahasiswi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Dedikasia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 33.
- Fauzi, R. U. A. (2017). Pengaruh harga dan free wi-fi terhadap keputusan pembelian produk pada angkringan di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 62-74.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan praktis: Riset komunikasi pemasaran terpadu*. Universitas Brawijaya Press.

- Ghealita, V. (2015). Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian AMDK merek Aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). Image: *Jurnal Riset Manajemen*, 4(1).
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Update PLS Regresi*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Halim, E. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(4), 419-427.
- Haryanti, I., Nurdin, H., Purnama, I., Mulya, K. S., & Nurulrahmatiah, N. (2020). *Hedonic Motives and Fashion Trends in Decisions to Purchase Veil Clothes*. 465(Access 2019), 139–141.
- Imaniar, C., Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. (2023). Analisis Pengaruh *Price discount*, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Brand Jims Honey. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Kotler Phillip, Kevin Lane Keller, (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Manajemen*, 14<sup>th</sup>, Person Education
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang.
- LAZUARDI, H. A. D. (2019). ANALISIS EFEKTIFITAS *PRICE DISCOUNT* DAN BONUS PACK SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK MORINAGA CABANG SURABAYA (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA)
- Lembayung, R. D., Mahmud, M., & Sentosa, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk 3second (Jakarta Pusat). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 424-432.
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh *Price discount* dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129-140.

- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Nabila, A. S., & Ma'arif, N. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Fashion Merchè Di Kalangan Followers Instagram Merche. Id. *Syntax Idea*, 3(9), 2007-2027.
- 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). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 3).
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Di Online Shop Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 69-77.
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69.
- Rahmanisa Nabila, A. S., & Maâ, N. N. (2021). Pengaruh *Brand awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand *Fashion Merchè* di Kalangan Followers Instagram Merche. Id. *Syntax Idea*, 3(9), 2007-2027.
- Sapitri, A., Khoiriyah, A. S. N., Sintiawati, S., & Suyatna, R. G. (2024). Analisis Perbedaan Antara Pengalaman Pembelian Online Dan Offline Dalam Mempengaruhi Prilaku Konsumen. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(1), 65-74.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92-103.
- Sari, D. N. (2021). Pengaruh *Trend fashion* Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 60).
- Setiadi, Nugroho J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh *Trend fashion*, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi *Fashion Hijab*. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71.
- Stevi, S., & Artina, N. (2022, September). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN* (Vol. 12, No. 1, pp. 139-150).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, D. (2022). Pengaruh *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Busana Muslim Merk Zoya Di Rawamangun Jakarta. *Jurnal Usaha*, 3(2), 1-14.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Utami, R. A., & Muzaka, E. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan *Price discount* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk “Jims Honey” (Studi Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(6), 695-701.

