

DAFTAR PUSTAKA

1 Bibliography

- Aldin, I. K. (2017). Pengaruh kualitas produk, kredibilitas endorser, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal SPECS.
- Amstrong, K. &. (2014). *Keputusan Pembelian*.
- Apparel Pro On, S. A. (2018). *Sejarah Tentang Uniqlo dan Perkembangannya di Indonesia*. abyadscreenprinting.com.
- Arif. (2012). *lima tingkatan dalam kualitas produk*.
- Assauri. (2015). Keputusan pembelian.
- Beli, & Artikel. (2019). *Strategi Penentuan Harga dalam Bisnis Pakaian*.
- dalam Indratama, K. (2014). *Pengukuran Brand Image*.
- Dessyana, C. J. (2013). Store Atmosphere pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen Texas Chicken Multimart II Manado.
- Firdhaussi. (2018). *Memahami Fast Fashion dan Sustainable Fashion*. medium.com.
- Ginanjar Indra K.N, S. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Medeka Malang). 135-143.
- Ginanjar, A. (2021). *UNIQLO Akan Membuka 6 Toko Baru di Indonesia*. Karawang: Purwakarta.ayoindonesia.com.
- handoko, s. a. (2020). pengaruh kualitas produk, brand image, life style, store atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian . *keputusan pembelian*, 1-161.
- Ichsanti, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Pembelian Konsumen Terhadap Produk Pakaian Uniqlo.
- indriyani, & ratih. (2020). pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen terhadap produk fast fashion. *fast fashion*, 25-33.
- Jerry C. Olson, P. J. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Di Terjemahkan oleh Diah Tantri Dwiani, Edisi ke-9 Saleba Empat, Jakarta.
- Keller, K. &. (2013). *Pengertian Brand Image*.
- Keller, K. &. (2016). pengertian kualitas produk.
- Khakim, M. L. (2015). Pengaruh Harga, citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Iphone di Kota Semarang.

- Kotler, P. &. (2010). Pengertian Harga.
- lavenia, s. (2020). pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan produk Uniqlo. *kepuasan pelanggan*.
- Madina, N. (2019). *Menjadi Store Staff di Uniqlo*. Jakarta: Blogspot.
- Mangkunegara. (2015). Keputusan pembelian.
- Media, & Highlight. (2018). *Menilik Sejarah UNIQLO, Fashion Brand Asal Jepang Untuk Segala Usia*. highlight.id.
- ody, y. (2016). pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian honda vario. *keputusan pembelian*.
- Rahman. (2010). Tujuan penetapan harga.
- Ramli, S. (2013). *pengertian harga*.
- Riadi, & Muchlisin. (2020). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*. kajianpustaka.com.
- Riawan, A. (2019). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan kesadaran harga terhadap niat beli Uniqlo.
- Sagadji, S. &. (2016). Faktor- faktor mempengaruhi terciptanya Store Atmosphere .
- Sebayang, & Rehia. (2018). *Penjualan Global Uniqlo Meroket*. Jakarta: cnbcindonesia.com.
- Shidqi, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Uniqlo di Kota Jakarta).
- Susanti. (2020). Pengaruh citra merek, harga, gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Starbucks coffe cabang kota Jambi.
- Tjiptono. (2012). *keputusan pembelian*.
- Tjiptono. (2012). *lima persepektif tingkatan kualitas produk* .
- UNIQLO. (2020). *UNIQLO Asia Tenggara Staf Toko*. Jakarta: fastretailing.com.
- Weitz, L. &. (2012). Pengertian Store Atmosphere.