

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. (2021). pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pakaian erigo (studi kasus pada mahasiswa yogyakarta).
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). (2020). Pada, Pengaruh Digital Marketing Dan, Peningkatan Brand Awareness Keputusan, Brand Image Terhadap Monggo, Pembelian Produk Cokelat Jurnal, di Yogyakarta. INOBIS: Manajemen, Inovasi Bisnis Dan Indonesia, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis>.
- Kotler, P. & Keller, L. K. (2016). Marketing Management. Pearson Education. Edition., Fifteenth.
- Kotler, P. and K. L. K. (2012). (2012). Marketing Edition 14, England: Pearson Education.
- Lapian, M. D. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(4), 2288–2297.
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang). Journal of Business and Applied Management, 15(1), 19–34. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Muh, W., & Kamal, T. Y. (2021). (2021). Intelektiva : jurnal Ekonomi, sosial & humaniora. Jurnal Ekonomi Sosial & Humarnioraa, 03(01), 168–174.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Radika, A. (2022). GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis, Volume 02, No. 01, Tahun (2022). 02(01), 43–59.
- Reven, D., & Ferdinand, T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Journal of Management, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Rizkhi Sumarsono<sup>1</sup>, Achmad Firdiansjah<sup>2</sup>, H. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madlyson Di Distro Azteklina Tulungagung. 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>

- Schiffman, Leon G, J. W. (2015). (2015). Consumer Behaviour, Edisi 11, United States : Pearson Education.
- Sriyanto Agus, & Utami Albaity Desty. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DADONE DI JAKARTA Agus Sriyanto. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen |, 5(2), 1–13.
- Walyoto. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Wicaksana, A. (2016). Pengaruh Desain Produk, Lifestyle, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Erigo di Mahasiswa Surabaya. [https://Medium.Com/](https://medium.com/), 9–26. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>