



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adam Hayes. (2023). What Is a Confidence Interval and How Do You Calculate It?. Diakses pada 24 Desember 2023 dari <https://www.investopedia.com/terms/c/confidenceinterval.asp>
- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Aghini, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA*, 6(3).
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. (*Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*). 4(1), 120–136.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (n.d.). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. 2(2), 204–219.
- Badan Pusat Statistika Provinsi DKI Jakarta. Diakses pada 12 Oktober 2023 dari <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/1270/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-.html>
- Badan Pusat Statistika. (2023). Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan di Daerah Perkotaan Menurut Kelompok Barang dan Golongan Pengeluaran, 2013 -2023. Diakses pada 30 Desember 2023 pada <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTQyIzE=/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-di-daerah-perkotaan-menurut-kelompok-barang-dan-golongan-pengeluaran--2013-2023.html>
- Budianto, A., Setiawan, I., & others. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 56–65.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. (*Jurnal Wawasan Manajemen*). 7(1), 17.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Cetakan Pertama, Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Garvin, D. A. (1984). What does “product quality” really means? *Sloan Management Review*, 25–43.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2193.

Ghozali, H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS*. www.cengage.com/highered

Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 340-351.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama, Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management: 4th European Edition*: Pearson Education.

Mantau, M. H. A. (2021). Pengaruh brand image dan service quality terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna fashion branded (H&M, Uniqlo, Zara, Pull&Bear) dimoderasi oleh kepuasan pelanggan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Permana, G. P. L., & Yoga, I. M. S. (2018). Adaptasi Model Bisnis Uniqlo Dengan Mengadopsi Business Model dan 360 Business Model. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(2).

Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 443.

Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 159-172.

Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2).

Ristanto, H., Aditya, G., & Catur. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). In *JBE Jurnal Bingkai Ekonomi* 6(1), 58-71.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*, KBM Indonesia.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1, Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi 2, Bandung: Alfabeta.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang
Hak Cipta Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Susanto, S., & Sari, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness. SOURCE: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 108-117.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tamba, D. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus: Mahasiswa Fe-Unika Santo Thomas Su). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 119-145.

Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*, Cetakan 1, Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama.

Uniqlo Today. (2023). UNIQLO 1st Neighborhood Store in Indonesia Resmi Dibuka, Masyarakat Sambut dengan Antusias. Diakses pada 12 November 2023 pada <https://www.uniqlo.com/id/en/news/topics/2023052901/>

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.