

DAFTAR PUSTAKA

- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Store Zara Pakuwon Mall Surabaya. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Akmal, Y., & Iddris, J. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25*. Edisi Pertama. Banda Aceh: Manajemen dan Evaluasi Pendidikan Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12). Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 11(4), 807–813.
- Laurensia, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Serta Citra Merekterhadap Keputusan Pembelian Produk H&M (Studi Kasus Pada Konsumen Produk H&M Di Kota Tangerang). *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* Vol. 1, 78–91.
- Nabila, A. S., & Ma'arif, N. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Fashion Merche Di Kalangan Followers Instagram Merche.id. *Syntax Idea* Vol. 3(9), 6.
- 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). *Prosiding Seminar Nasional Unimus* Vol. 1096–1104.
- Nuryawan, R. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Social Media Marketing

- Uniqlo (Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling). *Skripsi*. Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Putro, S. W., Samuel, H., Karina, R., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2(1), 1–9.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (edisi keempat). Jakarta: Salemba Empat.
- Sitinjak, T. J. R., & Arief, A. R. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.32493/skr.v8i1.9716>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Surachman, S. . (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Trihapsari, T., & Talkah, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid – 19. *Otonomi* Vol. 22(April), 150–159.
- Wang, Y.-H., & Tsai, C.-F. (2014). Business & Finance. *Hospitals*, 57(7), 37–41. <https://www.fastretailing.com/eng/group/strategy/uniqlobusiness.html>
<https://instagram.com/uniqloindonesia?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
<https://www.uniqlo.com/id/>