

### Daftar Pustaka

- Ananda, F., & Zulvia, D. (2018). Indikasi Machiavellianism Dalam Pembuatan Keputusan Etis Auditor Pemula. *Jurnal Benefita*, 3(3), 357.  
<https://doi.org/10.22216/jbe.v3i3.3660>
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 36–44.
- Asakura, M. (2019). Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Ekonomi Universitas Negeri Makassar*, 6(1), 5–10.
- Aswir, & Misbah, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *Manajemen*, 2(1), 1–13.  
<http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887->
- CNBC Indonesia. (2022). *Siapa Pemilik Erigo, Brand Lokal yang Go Internasional*. CNBC Indonesia.  
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220908093142-17-370292/siapa-pemilik-erigo-brand-lokal-yang-go-internasional>
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya). *Manajemen*, 1–114.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek , Promosi , Harga , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ( Pengguna Aplikasi Shopee ) The Influence of Brand Image , Promotion , Price , and Service Quality on Purchase Decisions ( Shopee Application Users ). *Jurnal Sinar Manajemen*, 09, 106–113.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.  
[https://www.researchgate.net/publication/289671928\\_Aplikasi\\_Analisis\\_Multivariate\\_Dengan\\_Program\\_IBM\\_SPSS\\_21\\_Update\\_PLS\\_Regresi](https://www.researchgate.net/publication/289671928_Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_IBM_SPSS_21_Update_PLS_Regresi)
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F, BlackW.C., B.J., B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition, Pearson, New York*. Pearson. Education Limited. Harlow. England.  
[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1841396](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1841396)
- Hajijah, S. N., Dewi, I. R., & Yulia Nur Annisamala. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *Jurnal Bonanza*, 2(2), 28–38.
- Iprice. (2021). *Erigo Indonesia | Online Store Erigo Original*.  
<https://iprice.co.id/erigo/>

- IPRICE. (2022). Pakaian Erigo Original Model Terbaru | Harga Online di Indonesia. In *Iprice.Com* (p. 1). <https://iprice.co.id/erigo/pakaian/>
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri. In *Metodologi Penelitian Bisnis* (p. 223).
- Kolter, P. (2012). *Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. intro (PDFDrive ).pdf*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Principle of Marketing*. 1–63.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In Pearson*.
- Liputan6.com. (2021). *Pandemi Tak Kunjung Pulih, Ekspor Pakaian Jadi RI Mulai Bangkit*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4660320/pandemi-tak-kunjung-pulih-ekspor-pakaian-jadi-ri-mulai-bangkit>
- Marsyaf, M. I. (2021). *Begini Cerita Erigo, dari Indonesia ke Times Square New York*. Sindonews.Com. <https://tekno.sindonews.com/read/379194/207/begini-cerita-erigo-dari-indonesia-ke-times-square-new-york-1616936631/10>
- Metroterkini.Com. (2022). Erigo : Bahan, Penampilan Makin Keren. In *Metroterkini.Com*. <https://metroterkini.com/news/detail/57307/gayahidup/nondaerah/keunggula-n-kaos-erigo--bahan-adem-penampilan-makin-keren>
- Naufal, M., Kramadibrata, B. S., Media, U., Citra, N., Info, A., Image, B., & Decision, B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Di E-Commerce Shopee Di Jakarta Barat. *Jurnal Ilmu Sosial, 1*(4), 695–700.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen, 9*(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja, 14*(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta Bandung*. <https://id.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>
- Rombe, Y. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Erigo*. 6.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee. *Manajemen, 13*(1), 37–46.
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan*

- Politik*, 1(2), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Sugiyono. (2011). prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro ( PDFDrive ).pdf. In *Bandung Alf* (p. 143).
- Sugiyono. (2017). *Metode\_Penelitian\_Pendidikan\_Sugiyono\_20.pdf*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi III. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008). 19. *Journal Information*, 10(3), 1–16.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).