

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. 4(1), 377–386.
- Amrudin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Arianti, N. S., & Lia, R. N. G. A. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Pradina Pustaka. [https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/B5t1EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metodologi penelitian kuantitatif populasi dan sampel&pg=PA106&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/B5t1EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metodologi+penelitian+kuantitatif+populasi+dan+sampel&pg=PA106&printsec=frontcover)
- Anastasia, R., Ruruk, N., Jaya, A., Halik, J. B., & Londong, J. P. (2023). *Pengaruh relationship marketing dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue Makassar*. 5(2), 56–70.
- Araujo, D., Ximenes, E., Mujanah, S., & Halik, A. (2025). *Effect Of Green Marketing And Brand Image On Purchase Decision Of Aqua Gallon With Customer Loyalty As A Mediating Variable*. 5(01), 64–72. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i01>
- Arianti, A., & Nursyahidah, I. (2025). *BISNIS SYARIAH TAPI PROMO MENYESATKAN : DI MANA LETAK SALAHNYA?* 56, 873–880.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Arriyuka, O. V., & Yumitro, G. (2024). K-Pop and Consumerism Culture: A Bibliometric Analysis Review. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(4), 1–12. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i4.3387>
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 1(4), 553–564.
- Azizah, M. (2013). *Etika perilaku periklanan dalam bisnis islam*. III(1).
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building*

- Approach* (p. 448). John Wiley & Sons, 2016.
https://books.google.co.id/books/about/Research_Methods_For_Business.html?id=Ko6bCgAAQBAJ&redir_esc=y
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=acpLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&ots=IZo1WQgpU8&sig=KvUnJ7KvVzovQ09XEcIWIKajlWE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true
- Dewi, W. W. A., Febriani, N. S., Destriy, N., & Tamitiadini, D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen* (Hening Cip). UB Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Perilaku_Konsumen/RbyfEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PP1&printsec=frontcover
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2021). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen* (Perilaku konsumen. 5, 299).
https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.
<https://id.scribd.com/document/613440891/Perilaku-Konsumen-Anang-Firmasnyah>
- Frisca, S. (2022). *PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ESTEH INDONESIA*.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS Multivariate Data Analysis*.
- Hamka, B. (2023). *Islamic Law Overview of Mu ' athah Buying and Selling at STIBA Makassar*. 3(2), 159–174.

- Ibrahim, A., Alang, A. ., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. ., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian. In Gunadarma Ilmu. 11*(1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu_rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Jamaludin, A. (2015). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). 21*(1).
- Kamilah, G. (2017). *PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI. 6*.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAFE SUDUT HALAMAN. 2*(3), 24–30.
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). *MENGUJI MARKETINF MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SUKOHARJO. 7*(May), 81–94.
- Khusna, F. N., Pane, A. R., & Mufida, R. (2021). *Tinjauan fiqh muamalah terhadap pelaksanaan akad murabahah pada perbankan syariah. 1*(2), 61–73.
- Kosasih, M. P. P. (2016). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PRINCESS COSMETIC. 1*(November 2015).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. <https://id.scribd.com/document/551601884/Manajemen-Pemasaran-Edisi-13-Jilid-1>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO. 128–136*.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK , PERSEPSI HARGA DAN E-WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN*

PEMBELIAN PRODUK FASHION JINISO . ID DI MARKETPLACE SHOPEE. 2.

- Madum, M. et al. (2025). *METODE PENELITIAN*. CV Angkasa Mediasi Literasi.
https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN/rnFxEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi dan sampel menurut sugiyono 2019&pg=PA30&printsec=frontcover
- Maharani, S. (2019). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap keputusan pembelian pizza hut*. 2(1), 10–22.
- Mardiasih, T. S. (2019). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar*. 2(1), 1–10.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI*. 2.
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83.
- Mitha, L. (2018). *Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan*. Universitas Medan Area.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (M. A. Susanto (ed.)).
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PzZZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=asumsi+klasik&ots=KxAW3_r9sb&sig=j1UJynMo6dUkYu6Qh_TJeTBJIs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). *MINATBELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH BRAND IMAGE DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI PEKALONGAN*. 4(2), 129–141.

- Parhusip, A. A. (2022). *ANALISIS 'KEPUASAN' DAN LOYALITAS 'PELANGGAN' PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN 'MENGUNAKAN JASA LAYANAN ONLINE (GRAB) DI WILAYAH KOTA MEDAN*. 107–118.
- Priyatno, D. (2022). *OLAH DATA SENDIRI ANALISIS REGRESI LINIER DENGAN SPSS & ANALISIS REGRESI DATA PANEL DENGAN EVIEWS* (T. A. Prabawati (ed.)). Cahaya Harapan. https://www.google.co.id/books/edition/Olah_Data_Sendiri_Analisis_Regresi_Linie/ISeYEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+hipotesis+uji+f+dan+uji+t&pg=PA13&printsec=frontcover
- Puji Nurjanah, N. E. I. (2016). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop Svt Di Dki Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis 2016*, 4(4), 1–7.
- Purba, P. Y., Katharina, N., Govindo, R., & Gunawan, R. (2021). *Pengaruh promosi , harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian produk minyak gemuk di PT. Cipta Sarana Jaya Abadi*. 16(4), 785–798.
- Rachman, J. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TOKO DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PELANGGAN KOPI NAKO DITINJAU DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Pada Pelanggan Kopi Nako Di Monas Jakarta Pusat)*.
- Ristanto, H., & Aditya, G. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang)*. 6(1), 58–71.
- Riyanto, A., & Arini, D. P. (2021). *ANALISIS DESKRIPTIF QUARTER-LIFE CRISIS PADA LULUSAN PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS*. 3(1), 12–19.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *METODE RISET Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV BUDI UTAMA.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/kZVpEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+koefisien+determinasi+r2&pg=PA141&printsec=frontcover
- Rytamautama. (2025). *Bisnis Jualan Merchandise K-Pop : Cara Seru Ubah Hobi Jadi Cuan*. <https://rytamautama.com/bisnis-jualan-merchandise-k-pop-cara-seru-ubah-hobi-jadi-cuan/>
- Sari, A. J., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 4(2), 308–327.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO*. 14(2), 153–168.
- Setyarko, Y. (2016). *ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE*. 5(2), 128–147.
- Sofyan, S. (2021). *KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN BAKAR PADA SPBU PT . SINGA MAS MAKIN SUKSES MEDAN*. V(2), 403–413.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Rnd*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Supriadi, M., Zainab, & Wardah, J. (2020). *Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam*. <https://doi.org/https://paperity.org/p/320242578/konsep->

penetapan-harga-dalam-perspektif-islam

- Supriyadi, Wiyani, W., & Indra, K. . G. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 4(1), 74–85.
- Sutoro. (2024). *Apa itu Merchandise K-Pop? Kenapa di Buru oleh Kpopers*. HobiHepi. <https://hobihepi.com/2024/02/apa-itu-merchandise-k-pop-kenapa-di-buru-oleh-kpopers.html>
- Tolan, M. S. (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. 2(5), 360–364.
- Vicario, V., Edy, I., Sebayang, S., & Pramita, E. H. (2025). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Pelayanan Konseling*. 4(3), 601–616. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i3.6113>
- Watulingas, D. P., Bin, A., Jan, H., Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). *D . P . Watulingas ., A . B . H . Jan ., Y . Mandagie . PEMBELIAN KONSUMEN MAYBELLINE DI GERAJ MANTOS 2 MANADO THE EFFECT OF BRAND IMAGE , BRAND TRUST AND PRICE TOWARDS MAYBELLINE CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT BOOTH MANTOS 2 MANADO Jurnal EMBA Vol . 10 N. 10(4)*, 659–670.
- Werdiasih, R. D., Karnowati, N. B., & Yoana. (2022). *analisis pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. 1(1), 48–57.
- Wingsati, W. E., Prihandono, D., & Artikel, I. (2017). *Management Analysis Journal*. 6(2).