

DAFTAR PUSTAKA

- Adriel Aurelius Susianto, R. E. (2021). Pengaruh *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Crooz_id. *Kiwari*, 02(03), 381-386.
- Annisa Farhanah, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Herbal Beauty Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 03(02).
- Elsa Fitri Amran, S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Telkomsel. *JPRO*, 04(02), 173-193.
- Febri Damaryantia, S. T. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 02(02), 50-62.
- Fransisca Jovita Amelfdi, E. A. (2021). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 05(06).
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, F. (2014). Peran Dan Fungsi Bahasa Indonesia dalam Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ecobisma*, 01(01), 98-107.
- Marisi Butarbutar, E. S. (2021). Brand Loyalty dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 04(01), 40-54.
- Oktavia Retno Maharani, H. W. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstik Wardah). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 04(01), 97-111.
- Oktaviani, Y. C. (2014). Pengaruh *Brand Image* Uniqlo Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gi*.
- Phoa Jocelyn Azelia Pandy, M. R. (2015). Pengaruh *Brand Association*, *Brand Loyalty*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Zangrandi Surabaya . *Journal of Tourism Destination and Attraction* , 03(01), 37-46.
- Puput Yunita, L. I. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Daya Tarik Iklan, dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 279-287.

- Putri Febriqa Khairun Nisa, M. A. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality* Dan *Lifestyle* Terhadap *Brand Loyalty* Produk *Fashion* Uniqlo. *Culture education and technology research (Cetera)*, 01(04), 25-36.
- Rachmawati, A. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo Di Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(08), 1-17.
- Rifaldy, A. R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Lenovo dengan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Rw001 Kelurahan Grogol Selatan Kebayoran Lama). *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 19(01), 69-85.
- Rivaldo Yudha Bagus Saputro, A. L. (2023). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 06(02), 71-82.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Syita Salwa Kusuma, A. W. (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*, 11(04), 807-813.
- Tashella Nazha, A. A. (2024). Analisis Pelanggan dalam Pembelian dan Pemakaian *Fast Fashion* (Uniqlo) dalam Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 02(01), 169-178.