

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, a. (2025). *Sustainable fashion: fenomena thrifting dan peran subsektor fashion terhadap perekonomian indonesia*. 6(1).
- Aprianingrum, a. Y., nufus, a. H., & penulis, k. (2021). *Indonesian batik, preservation through museum*.
- Devi, a., & fadli, u. (2023). Analisis keputusan pembelian produk e-commerce shopee di kalangan mahasiswa universitas buana perjuangan karawang. *Journal of student research*, 1(5).
- Endah, n., putri, i. A., ariany, r., & putera, r. E. (2024). Tata kelola industri kreatif di indonesia dalam perspektif sound governance. *Jurnal ilmu administrasi negara asian (asosiasi ilmuwan administrasi negara)*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v12i1.154>
- Ernawati, d. (2019a). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung. *Jwm (jurnal wawasan manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ernawati, d. (2019b). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung. *Jwm (jurnal wawasan manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Friendly, & wasiman. (2025). *C*.

- Ghozali, i. (2018a). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25*.  
Univertas diponegoro.
- Ghozali, i. (2018b). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25*.  
Univertas diponegoro.
- Hamidah, w., rismanayah, r., & kurniawan, m. (2023). Pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan ms glow di kota Palembang. *Journal of management : small and medium enterprises (smes)*, 16(3), 675–682.  
<https://doi.org/10.35508/jom.v16i3.7816>
- Hastuti, h., zakaria, z., & suratini, s. (2023a). Pengaruh keunikan produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh keunggulan bersaing: studi pada pengguna motor honda merek scoopy di kota jayapura. *Prosiding seminar nasional forum manajemen indonesia - e-issn 3026-4499*, 1, 734–741. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1550>
- Hastuti, h., zakaria, z., & suratini, s. (2023b). Pengaruh keunikan produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh keunggulan bersaing: studi pada pengguna motor honda merek scoopy di kota jayapura. *Prosiding seminar nasional forum manajemen indonesia - e-issn 3026-4499*, 1, 734–741. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1550>
- Husain, n. V., moniharapon, s., & rondonuwu, c. N. (2024). *Pengaruh promosi, inovasi produk dan brand exposure terhadap keputusan pembelian*

*konsumen sepeda motor yamaha pada pt. Sarananiaga megakerta cabang sofifi.*

- Iryanti, w. N., mahardini, s., & kurniawan, l. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan media sosial terhadap keputusan pembelian di toko kue elcakery jakarta. *Ikraith-ekonomika*, 7(3), 230–239. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i3.4268>
- Letsoin, a. M., pakiding, d. L., & tahendrika, a. (2024). *Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko little juin di kota makassar*. 08(03).
- Mawaddah, m., rahayu, d., rahmasari, s., & dutahatmaja, a. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi pembelian berulang: produk, harga, promosi, dan layanan: literature review perilaku konsumen. *Jurnal manuhara : pusat penelitian ilmu manajemen dan bisnis*, 2(3), 115–127. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.945>
- Nafisca, n. A., meidyanputri, c., kusuma, a. C., ramadhan, n. A., cahyani, b. A., ferdinand, n., haryanto, s. P. S., & n, r. H. (2025). Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di e-commerce: studi pada pengguna platform digital di surabaya. *Jurnal bisnis dan komunikasi digital*, 2(4), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4455>
- Panget, b., tumbel, t. M., & tamengkel, l. F. (2018). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada cv. Lion di ternate*. 6(4).

- Putri, n. N., sisdianto, e., & susanti, y. (2025). Analisis keputusan konsumen: kesadaran merek, kualitas produk, dan strategi penetapan harga bisnis syariah. *Jurnal akuntansi, keuangan, dan manajemen*, 6(4), 1045–1064. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i4.4788>
- Rao, p. (2006). *Measuring customer perception through factor analysis*. The asian manager.
- Sofia, s., pala'biran, j., wijastuti, r. D., & jamil, a. (2024). Pengaruh keunikan produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian coffee. *Lensa ilmiah: jurnal manajemen dan sumberdaya*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.54371/jms.v3i1.300>
- Sugiyarti, g. (2020). *Analisis kinerja pemasaran usaha kecil menengah batik di provinsi jawa tengah*.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian manajemen*. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d* (vol. 440). Cv alfabeta.
- Surbakti, l. M. C., & tumbel, a. L. (2025). *Pengaruh brand ambassador dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk ultra milk x stray kids di manado (studi pada gen z)*. 1.
- Widyanto, g. (2008). *Manfaat rasio keuangan untuk memprediksi pertumbuhan laba (study kasus pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di bej)*. Universitas muhammadiyah surakarta.