

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, D. 2022. The Effect of Price and Promotion on Purchase Decisions That Have an Impact on Consumer Loyalty at PT. Sometech Indonesia in Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, Vol. 5, No. 2 : 12639-12649.
- Afif, M., & Aswati, N. 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, Vol. 4, No. 2 : 147-167.
- Alfian, N., & Nilowardono, S. 2019. The Influence of Social Media Marketing Instagram, Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, Vol. 2, No. 2 : 218-226.
- Budiastuti, D., & Bandur, Agustinus. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Coelho, P. S., Rita, P., & Santos, Z. R. 2018. On the relationship between consumer-brand identification, brand community, and brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 101-110.
- Elizabeth. *Tentang Elizabeth*. Retrieved from Elizabeth.co.id: <https://elizabeth.co.id/about/>. Diakses tanggal 16 April 2022.
- Elizabeth. *Elizabeth Official Shop*. Retrieved from Shopee.co.id: <https://shopee.co.id/elizabetez?order=asc&page=2&pdpL3Category=0&shopCollection=112290775&sortBy=price>. Diakses tanggal 21 Januari 2023.
- Elizabeth. *Elizabeth_ez*. Retrieved from Instagram.com: https://www.instagram.com/elizabeth_ez/. Diakses tanggal 14 Januari 2023.
- Fauzan, M. A., & Apsari, D. 2020. Perancangan Identitas Merek Apparel Urban Legend Indonesia. *e-Proceeding of Art & Design*, Vol.7, No.2 : 1554-1564.

- Ferdayanto, S. 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Perusahaan Ritel di Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 3 : 279-284.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. 2022. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Bandung. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, Vol. VI, No. 1 : 35-44.
- Gani, I., & Amalia, S. 2018. *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial Edisi Revisi*. Yogyakarta: ANDI.
- Ghozali, I. 2016. *Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. Jr et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California USA: SAGE Publications.
- Halim, F. et al. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. 2018. Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 4, No. 2 : 127-143.
- Jamaluddin, M., & A.S, F. 2021. Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Usaha Aneka Kerupuk di Desa Siwalan). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No.3 : 240-246.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing 16th edition*. England: Pearson.
- _____. 2017. *Principles of Marketing 17th edition*. New Jersey: Pearson.

- _____. 2017. *Marketing: An Introduction 13th edition*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Pearson.
- _____. 2016. *A Framework for Marketing Management 6th Edition*. England: Pearson.
- _____. 2016. *Kerangka Kerja untuk Manajemen Pemasaran (edisi 6)*. England: Pearson.
- _____. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. England: Pearson.
- Krishna, A., & Kim, S. 2021. Exploring the dynamics between brand investment, customer investment, brand identification, and brand identity fusion. *Journal of Business Research*, Vol. 137, No. 2 : 267-277.
- Kristal, S., Baumgarth, C., & Henseler, J. 2020. Performative corporate brand identity in industrial markets: The case of German prosthetics manufacturer Ottobock. *Journal of Business Research*, Vol. 114, No. 4 : 240-253.
- Kurniawan, A. *Sophia Latjuba Diperkenalkan sebagai Brand Ambassador Elizabeth*. Retrieved from <https://www.tabloidbintang.com/gaya-hidup/181874-sophia-latjuba-diperkenalkan-sebagai-brand-ambassador-elizabeth>. Diakses tanggal 15 Januari 2023.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Kusuma, M. A., Agustono, & Setyowati, N. 2020. Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk (Studi Kasus Gethuk Semarang). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, Vol. 4, No. 2 : 433-446.
- Laksana, A. I., Tj., H. W., & Wahyoedi, S. 2022. The Influence of Promotion and Product Quality on Purchase Decisions Mediated by Consumer Satisfaction at PT. Maybank Indonesia Finance. *International Journal of Current Science Research and Review*, Vol. 05, No. 02 : 568-581.

- Lestari, A. T., Zunaida, D., & Hardati, R. N. 2022. Pengaruh Brand Identity, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol. 11, No. 2 : 192-201.
- Makasidamo, F. P., Tampi, J. R., & Kalangi, J. A. 2022. Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Manado. *Productivity*, Vol. 3, No. 3 : 199-204.
- Manullang, I. M. 2019. Pengaruh Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU) . *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 17, No. 2 : 162-184.
- Mappatempo, A., Rahim, A. R., & Nasrullah. 2022. Effect of Promotion, Brand Image on Local Wisdom and Decisions Purchasing at The PT. Megah Putra Sejahtera Suzuki Makassar. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 486-504.
- Marlius, D., & Putra, M. R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Pada PT. Sumber Niaga Interindo (Distributor). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 2 : 1085-1104.
- Minjeong, K., & Shijin, Y. 2020. The 4th V? The effect of word of mouth volatility on product performance. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1-9.
- Mustakim, S. A. 2019. Analisis Pengaruh Word of Mouth, Brand Awareness dan Region of Origin terhadap Keputusan Pembelian di Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul . *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*, Vol. 5, No. 1 : 20-29.
- Narimawati, U. et al. 2020. *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis*. Yogyakarta: ANDI.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9-Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. 2021. Pengaruh WOM (Word of Mouth), Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1 : 61-72.

- Pramezwary, A. et al. 2021. Pengaruh Identitas Brand Dan Strategi Penjualan Burger King Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, Vol. 21, No. 1 : 10-18.
- Rasyiddin, A., Rini, E. S., & Fadli. 2022. The Influence of Service Quality, Product Quality, Price and Promotion on AyamPenyet Jakarta (APJ) Purchase Decisions on SM Raja Medan Branch. *International Journal of Research and Review*, Vol. 9, No. 1 : 392-398.
- Ritonga, H. M. et al. 2018. *Manajemen Pemasaran : Konsep dan Strategi*. Medan: Manhaji.
- Samhudi, A., & Pardani, S. R. 2022. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sasirangan Martadah Baru Kabupaten Tanah Lau. *Jurnal Penelitian Tindakan dan Pendidikan*, Vol. 6, No. 4 : 35-42.
- Sari, E. T., Suroso, I., & Indraningrat, K. 2018. Komparasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Merek dan Kualitas Produkterhadap Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Produk Tas Elizabeth diWilayah Kota Jember. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. V, No. 2 : 146-152.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Setiagraha, D. et al 2021. Effect of Word of Mouth, Price Perception, and Product Quality on Purchase Decision Pempek the Local Culinary Products in Palembang City. *International Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 1 : 52-59.
- Sihombing, T., & Sihombing, D. 2021. Influence of Interest, Price, Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions in Traveloka App. *ULTIMA Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 13, No. 1 : 183-196.
- Sudaryo, Y., & Sofiati, N. A. 2020. *Digital Marketing Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Toko Hijab Sulthanah Di Kota Tegal). *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Vol. 6, No. 1 : 35-43.

- Thoby, K. D., & Wahyono, A. 2021. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi dan E-Quality Service Terhadap Keputusan Pembelian di Zara Central Park Pada Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, Vol. 5, No. 2 : 41-52.
- Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2020. *Pemasaran Strategik : Domain, Determinan, Dinamika edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Topbrandaward. *Top Brand Index*. Retrieved from www.topbrand-award.com: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=elizabeth. Diakses tanggal 20 November 2022.
- Universitas Muria Kudus. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK*. Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Warasto, H. N. 2018. Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Semarak*, Vol. 1, No.1 : 1-12.
- Wheeler, A. 2018. *Designing Brand Identity : An essential guide for the whole branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wijaya, Y. I., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. 2022. Pengaruh Harga, Promosi Melalui Media Sosial, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pakaian (Studi Pada Konsumen Ramayana Dinoyo). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol. 11, No. 1 : 223-232.
- Yusuf, M. 2014. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zainurossalamia, S. 2020. *Manajemen Pemasaran : Teori dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja .
- Zebuah, A. J. 2018. Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 2 : 61-68.