

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, T., Latuconsina, H., Suherman, A., Studi, P., Ekonomi, P., Niaga, T., Maulana, J., & Tangerang, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Pangan Saat Pandemi Covid-19, Pada Masyarakat Kelurahan Pondok Bahar Kota Tangerang 2020/2021. *Journal of Business Education and Social*, 2(1), 76–84. <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/JBS/article/view/2616>
- Anam, K. (2024). *Aerostreet X Wonderful Indonesia Jual 20.000 Sepatu dalam 10 Menit*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20241120134745-37-589680/aerostreet-x-wonderful-indonesia-jual-20000-sepatu-dalam-10-menit>
- Ardhi, M., Firmansyah, R. M., Adam, M. A., Ekonomi, F., & Marga, U. P. (2025). *Pengaruh Digital Marketing , Kualitas Pelayanan , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Homestay 105*. 1(1), 12–23.
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 400–409.
- Detik.com. (2024). *Didukung Shopee, Aerostreet X Wonderful Indonesia Pecahkan Rekor MURI*. <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-7647443/didukung-shopee-aerostreet-x-wonderful-indonesia-pecahkan-rekor-muri>
- Dien Hafifah Mesayu Putri, Syarief, N., & Ruhjatini, D. (2021). Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion

Brand Lokal. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1), 766–780.

Edvin Fairliantina, N. I. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 18–29. <https://doi.org/10.35908/jeg.v8i2.2945>

Ferdianto, A. (2025). *AeroStreet Brand Sepatu Lokal Asal Klaten yang Mampu Jual 18.000 Produk Per Hari*. <https://Industri.Kontan.https://industri.kontan.co.id/news/aerostreet-brand-sepatu-lokal-asal-klaten-yang-mampu-jual-18000-produk-per-hari>

Ginting, E. S., Effendi, N., & Ginting, E. S. (2021). *The Influence of Price , Promotion and Product Quality on Affinois Purchase Decisions*. 11(3), 130–136.

Hafid Maulana, Nina Eva Oktaviani, N. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i3.335>

Hasan, S. (2024). The Influence Of Product Price And Quality On Purchasing Decisions Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3826–3833. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Herdayati, S. P., Pd, S., & Syahrial, S. T. (2019). Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian. *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J.*

Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699.

Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>

Jangko, R., Hinely, R., Maruwae, A., Panigoro, M., Mahmud, M., & Dama, M. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1), 86–95. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i1.18684>

Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59. <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/20>

Mahmudi, R., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs di Toko Keranjang Bola Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–18.

Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.

Mathori, M., Sukmawati, D. A. R., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi,

- Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Muhammad, L. P. S. W. K. M. D. S. T. H., & Sapruwan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian “Myroti” (The Influence of Product Quality, Promotion, and Price on “Myroti.” *Jurnal EMAS: Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan*, 1–6. <https://journal.lppmpelitabangsa.id>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Musyawah, Y. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Store Burger King Cabang Sun Plaza Medan) The Effect of Product Quality , Price , and Promotion on Purchase Decisions (Case Study on Burger King Store Sun Pla.* 5(1), 255–266.
- Nabil, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Sepatu Bata Tbk Purbalingga. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1.5316>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal*

of Student Research, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>

Ong, G. M., & Pratminingsih, S. A. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Iklan Di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Brand Lokal Roughneck Pada Aplikasi Tiktok Shop*. 6(4), 2245–2254.

Prihatin, E., & Syahnur, M. H. (2021). Pengolahan Berbagai Produk Berbahan Baku Ikan Pada Kelompok Mitra Desa Binaan UMI. *Yumary Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i2.707>

Produk, I. (2024). *Aerostreet Produk Mana Asalnya? Cari Tahu di Sini*. Kumparan. <https://kumparan.com/info-produk/aerostreet-produk-mana-asalnya-cari-tahu-di-sini-23xOgSBKXZA>

Purnamawati, N. L. A., Mitariyani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *Online Internasional & Nasional*, 1(3), 171–181. www.journal.uta45jakarta.ac.id

Purusottama, A. (2021). Model Perilaku Keputusan Pembelian Produk Berbasis Agen: Fenomena Pengaruh Media Sosial. *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(2), 305–322. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.012.2.07>

Putra, Y. P., Ulfiya, D., & Slahanti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Solusi*, 21(1), 20. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6068>

- Ratih Fitri Yaton, S. R. P. S. (2023). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICAGO FRIED CHICKEN, PERUMNAS* 2. 2(6), 168–175. <https://repository.mercubuana.ac.id/84194/>
- Rohana, P., N, A., & Aquino, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 862–867. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1602>
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
- Sartika, D. (2021). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen THE EFFECT OF TRUST AND EASE ON ONLINE PURCHASE DECISIONS Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9(3), 253–262.
- Shalihah, N. B., Imtihani MK, O., Wulandari, T., Hidayat, R., & Prayoga, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Indomie. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 3(2), 85–93. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v3i2.735>
- Sugiyono, S. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D. *Bandung: Cv. Alfabeta*.
- Tamrin, M., Tukinah, U., & Putri, D. A. (2024). *DETERMINAN PERSEPSI*

HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. 4(1), 2020–2025.

Wibowo, A., & Anjaningrum, W. D. (2023). *The Effect of Promotion , Product Quality , and Price on The Purchase Decision of Ventela Shoes in Malang City. 1(1), 27–40.*

Yulita Tri Arini, Kumara Adji Kusuma. (2025). *PELANGGAN PADA INDOMARET FRESH RAYA JATI. 9(1), 1160–1180.*

