

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] A. Mutafi, "Pilar-pilar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Dalam Menghadapi Era Global," *Manarul Qur'an J. Ilm. Stud. Islam*, vol. 20, no. 2, pp. 106–125, 2020.
- [2] Subagyo and H. Purnomo, *Manajemen UMKM*, 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung, 2022.
- [3] B. Pujadi, "Studi tentang pengaruh citra merek terhadap minat beli melalui sikap terhadap merek (Kasus pada merek pasta gigi ciptadent di Semarang)." UNIVERSITAS DIPONEGORO, 2010.
- [4] H. Purnomo, Samari, and D. K. H. Soejoko, "Brand Perception Pada Purchase Decision Melintasi Purchase Interest Produk RTD Teh Merek Pucuk Harum Di Masyarakat Kota Kediri," *Jemb. J. Ilm. Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 151–166, 2022, doi: <https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.15495>.
- [5] P. Kotler, S. Burton, K. Deans, L. Brown, and G. Armstrong, *Marketing*. Pearson Higher Education AU, 2015.
- [6] H. Purnomo, S. Samari, D. K. H. Soejoko, and K. F. Syahroq, "Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second," *Jemb. J. Ilm. Manaj.*, vol. 18, no. 1, pp. 137–150, 2021, doi: <https://doi.org/10.29259/jmbt.v18i1.14311>.
- [7] Ichsanudin and H. Purnomo, *Monograf: Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*, 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung, 2021.
- [8] F. Tjiptono, "Strategi pemasaran," 2019.
- [9] B. Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 12th ed. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [10] Y. R. Afriansyah and M. R. Abidin, "GENZO SEBAGAI WADAH PEMUDA LAMONGAN DALAM MENDESAIN KAOS STREETWEAR UNTUK MENGENALKAN BUDAYA JAWA TIMUR," *BARIK*, vol. 2, no. 2, pp. 135–150, 2021.
- [11] D. Sugiyono, "Prof, Statistika Untuk Penelitian," *Bandung Alf. Bandung*, 2017.
- [12] S. Alawiyah, S. Ghozali, and S. Suwarsito, "Pengaruh lingkungan dan motivasi belajar terhadap prestasi belajar," *J. Stud. Guru Dan Pembelajaran*, vol. 2, no. 2, pp. 134–138, 2019.