

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, A., & Nurhayati. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dimasa Krisis Seruan Boikot Produk Unilever di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Media Akademik*.
- Adani, M. R., Yunitarini, S., & Sunaryo, W. A. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Batik Qanita Pekalongan. *Journal of Accounting and Mangement's Student (JAM'S)*.
- Adjani, T. S. (2024). Penurunan Ekspor Batik Indonesia di Tengah Persaingan Global dan Tantangan Internal. *Suara Usu*.
- Adnan, Murhaban, & dkk. (2024). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Era Digital*. Sumedang: CV Mega Press Nusantara.
- Ahmad, & dkk. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian & Penulisan Hukum*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alam, W. Y., & Asjari, F. (2024). *Manajemen Kualitas*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Alfalisyanto, Nengsi, A. R., Rosnani, Anwar, & dkk. (2024). *Metodologi Penelitian*. Batam: CV Rey Media Grafika.
- Arif, M., & Yani, S. A. (2023). *Keputusan Pembelian Online: Peran E- comerce dan Brand Awareness Dimediasi Dropshipping*. Medan: UMSU Press.
- Auliya, F. N., & Sutarmin, S. (2025). Pengaruh Inovasi, Promosi, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Starbucks. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 70-86.
- Badruzaman, D., & dkk. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Bahri, K. N. (2023). *Langkah dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk UMKM Fesyen Hijab*. Makassar: Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Bangsa, R. P. (2022). Miliki Potensi Besar, Industri Batik Dapat Prioritas Pengembangan. *Gatra Com*.

- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan Terhadap *Brand Image* . *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Fajri, D. S. (2024). Jatuhnya Ekspor Batik dari Tuan Rumah Batik. *Goodstats.id*.
- Febiantika, T. N., Febriansah, R. E., & Yani, M. (2025). Analisis *Brand Image*, *Content Marketing* dan Shopping Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Fera, M. P., Asmin, E.A., Gunawan R., (2023). *Brand Image* Memediasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)s*
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas DIponegoro Press.
- Hair Jr. J. F, dkk., (2021). Kontak Struktural Pemodelan Persamaan (PLS- SEM) Menggunakan R. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Hasibuan, Z. E. (2024). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif, Kepustakaan dan PTK*. Kepanjen: AE Publishing.
- HazrotushSolih, F. (2023). Upaya Mewarisi dan Melestarikan Batik kepada Generasi Muda. *Kompasiana*.
- Ihsan , D., Sudarijati, & Andari, T. T. (2022). The Effect of Quality, Design, and Price on the Purchase Decision of My Traditional Bogor Batik Product in Bogor City. *Karimah Tauhid*.
- Indrajaya, S. (2024). *Manjemen Pemasaran*. Bandung: Kaizen Media Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Isnaeni, H. (2023). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pengrajin Batik Tulis di Kecamatan Salem. *Pantura News Com*.
- Juanda, A., & dkk. (2019). *Membangun Ekonomi Nasional yang Kokoh*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Judijanto, L., & dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran* . Banjarnegara: PT Penerbit Qriset Indonesia.

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Realisasi Ekspor Impor Batik Indonesia Periode 2018-2023*. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Kemendagri.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Kurniawan, H. (2024). *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lasiyono, U., & Sulistyawan, E. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Lestari, R. I., Sukarno, A., Hadioetomo, Sutanto, H., & Herlianto, D. (2024). Product Quality dan Price terhadap Purchase Decision Pakaian Thrifting dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening. *Jurnal EMA-jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*.
- Madjid, R. (2023). *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*. Sleman: Deepublishing Digital.
- Maharani, I. A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Prana Sutra di Desa Kalianget. *Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Majid, M., & Rizaldi, H. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Makarim, S. A., & Dewi, L. S. (2024). *Ragam UMKM Menelusuri Jenis Usaha di Indonesia*. Padang: Takaza Innovatix Labs.
- Nabila, S., Ernawati, S., & Yusuf, M. (2024). Pengaruh Marketing Mix dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Masrais sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi Produk Lokal di Toko Tenun Dua Putro. *Jurnal Ganec Swara*.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka Grup.
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Nurmartiani, E. (2024). *Pengantar Perilaku Konsumen*. Banten: Tristar Mandiri Publisher.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.

Yogyakarta: Nas Media Pustaka.

- Putrifasari, S., Munir, M., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada CV. Wecono Asri Kediri. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*.
- Rahardjo, T. W. (2018). *Strategi Pemasaran dan Penguatan Daya Saing Produk Batik UMKM*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Rahmadani, S., Rosmanely, S., & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan*. Sulawesi Tengah: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Rahmawati, & Setiawan, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Batik pada Rumah Batik Danar Hadi Melawai. *Jurnal Manajemen USNI*.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Raysharie, P. I., & dkk. (2025). *UMKM (Pengelolaan Usaha dari Kecil menjadi Besar)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*. Yogyakarta: Deepublishing Digital.
- Roesminingsih, & dkk. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Madiun: CV. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Samsiyah, S., & dkk. (2023). *Perilaku Konsumen*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Image*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Setiawan, M. R. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ultra Teh Kotak dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Disertasi dan Thesis Universitas Pertamina*.
- Sholihah, F. I., & Rohendi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*.
- Sulianta, F. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Indonesia: Feri Sulianta Publishing.
- Suprpto. (2023). Kembangkan Batik Salem, Perkuat Nilai Estetika. *website Pemerintah Kabupaten Brebes*.
- Supriadi, I. (2022). *Riset Akuntansi Keprilakuan: Penggunaan SmartPLS dan SPSS*

- Include Macro Andrew F Hayes*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Supriono, P. (2016). *Ensiklopedia The Heritage of Batik: Identitas Pemersatu Kebanggaan Bangsa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Suradi. (2024). *Total Quality Management*. Makassar: CV. Tohar Media.
- Sutarmin, S., & Jatmiko, D. P. (2016). *Value Chain Analysis to Improve Corporate Performance: A Case Study of Essential Oil Export Company in Indonesia*. *Investment Management and Financial Innovations*, (13), 183–190.
- Sutarmin & Qori Al Banin (2014). *Upaya Peningkatan Daya Saing dan Peluang “Disruptive Innovation” UKM Minyak Nilam di Kabupaten Banyumas Berdasarkan Analisis Rantai Nilai*. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 2 No. 2
- Tarigan, A. E., Wijayanto, G., & Widyatsari, A. (2022). Pengaruh WOM, Kualitas Produk, Harga Terhadap *Brand Image* Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Merk Xiaomi di Kota Pekanbaru. *Jurnal Universitas Riau*.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas pdouk (Konsep dan Studi Kasus)*. Indramayu: Penerbit Adad.
- Ulya, Z., & dkk. (2024). *Statistik Deskriptif*. Bandung: Widina
- Viddy, Arkas. (2024). *SmartPLS untuk Vokasi*. Sidoarjo: Uwaish Inspirasi Indonesia
- Wajdi, F., Seplyana, D., Juliastuti, & dkk. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Media Utama.
- Walujo, D. A., Koesdijati, T., & Utomo, Y. (2020). *Pengendalian Kualitas*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Wardani, L., & Putra, K. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun di Dusun Sade Lombok. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*.
- Waty, E., Anggraeni, A. F., Apriani, A., & dkk. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis (Teori & Praktik dalam Penelitian Bisnis)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wijaya, I. P., Indiani, N. L., & Ningsih, N. L. (2024). Pengaruh Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion E- Marketplace dengan Mediasi Citra Merek. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*.
- Wilwatika, N. K., Murianto, Bagiastra, I. K., & Indrapati. (2024). Pengaruh

- Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Sasak di Desa Wisata Sukerare Lombok Tengah. *Journal Of Responsible Tourism*.
- Wulandari, R., & Khoiriah, R. I. (2024). *Manajemen Produk dan Merek Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Klaten: PT. Nas Media Indonesia.
- Yamin, S. (2023). *Olah Data Statistik: SmartPLS 3, SmartPLS 4, AMOS & STATA (Mudah dan Praktis)*. Bekasi: PT. Dewangga Energi Internasional.
- Yana, K. H., & Suparna, G. (2024). *Membangun Kepuasan Pelanggan: Peran Servicescape dan Brand Image*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Yuliana, Malik, Ispa, A. Y., & Prihatiningsih, A. (2024). *Statistika*. Sumatera: CV. Azka Pustaka.
- Yusran, H. L., & dkk. (2025). *Perilaku Konsumen (Membangun Strategi Pemasaran)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.