

DAFTAR REFERENSI

- Badrudin. (2017). **Dasar-dasar Manajemen**. Alfabeta. Bandung.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). **On Branding : Dampak Digital Terhadap Merek. Buhana Ilmu Populer**. Jakarta.
- Bismala, Lila. et. al (2018). **Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah**. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI. Medan.
- Ce, Cia Cai (2022). **Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Dan Merek Terhadap Minat Beli Pakaian di Toko Kimberly**. Jurnal Ekonimika. Vol 9 No. 2 (Juni 2022) – E-ISSN:2798-575X ; P-ISSN:2354-6581.
- Cravens, David W dan Nigel F, Piercy. (2003). **Strategic Marketing 8th Edition**, USA. McGraw-Hill Education. New York.
- Databooks. (2022). **Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk Belanja Fashion**. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.
- Firmansyah, Anang. (2019). **Pemasaran produk dan Merek**. Cetakan Pertama. Gramedia. Jakarta.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). **Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)**. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2018). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS**. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Indonesiana. (2023). **Peringkat Kepopuleran Brand Fashion Lokal di Sosial Media dan E-Commerce**. [https:// www.indonesiana.id/ read/ 163323/ peringkat-kepopuleran-brand-fashion-lokal-di-sosial-media-dan-e-commerce](https://www.indonesiana.id/read/163323/peringkat-kepopuleran-brand-fashion-lokal-di-sosial-media-dan-e-commerce). Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.
- Iqbal, Muhammad. (2022). **Merek adalah Pengertian Menurut Para Ahli, Bagian, Fungsi, Jenis dan Manfaatnya**. [https:// lindungihutan.com/ blog/pengertian-merek-adalah/](https://lindungihutan.com/blog/pengertian-merek-adalah/).diakses pada tanggal 5 Februari 2022.
- Kotler & Keller. (2022). **Marketing Management (15th global ed.)**. England:Pearson.

- Kotler, Amstrong. (2018). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited. England.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). **Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh**. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). **Manajemen Pemasaran**. edisi 12 Jilid 1& 2. PT. Indeks. Jakarta.
- Laksana, M. F. (2019). **Praktis Memahami Manajemen Pemasaran**. CV Al Fath Zumar. Sukabumi.
- Lumintang, et, al., (2018). *The Influence of Price and Quality of Service on Customer Satisfaction of Go-jek Online Transportation Services in Student FEB Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 6. No.3. (Hlm 1778-1787).
- Lupiyoadi. R. (2016). **Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi**. Salemba Empat. Jakarta.
- Maulana, A. S. (2016). **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI**. Jurnal Ekonomi Volume 7. Nomor 2
- Memey, M., & Siagian, H. L. (2019). **Pengaruh Brand Positioning dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan**. Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis (Jtimb), 2(1), 49-71.
- Mohamad, Rifki dan Niode, Idris Yanto. (2020). **Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopla Karanjil Gorontalo**. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis. ISSN:1979-1607. Volume 13 Nomor 1 Juni 2020.
- Muhardi. (2017). **Analisis Perencanaan Persediaan Bahan Baku pada Produk Baju Muslim Gamis Anak Perempuan dengan Menggunakan Metode MRP untuk Meminimumkan Biaya Persediaan di PT. Cutetrik Cimahi**. Universitas Islam Bandung.
- Mutiara Priskilla Todar; Altje Tumbel; Rotinsulu Jopie Jorie. (2020). **Pengaruh Persepsi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Galon Merek Aqua**. Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174 Vol.8 No.3 Juli 2020, Hal. 134 -143.
- Nugroho, Setiadi. (2019). **Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen**. Prenada media Group. Jakarta.

- Pepadri, Isman. (2002). *Pricing is The Moment of Truth: All Marketing Comes to Focus in The Pricing Decision*. Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia. No.10, Oktober.
- Pitoyo, Agus. (2018). **Analisis Pengaruh Teknologi Informasi dan Knowledge Manajemen Terhadap Daya Saing UMKM dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu)**. Bima Journal : Bussines Managemet and Accounting, 1(1).
- Poluan, Jane G dan Karuntu, Merlyn M. (2022). **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Layanan terhadap Minat Beli Sapi Potong Selama Masa Pandemi Covid-19 di Pasar Beriman Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara**. Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174. Vol. 10, No. 1 Januari 2022, Hal. 1075 – 1088.
- Purboyo, & dkk. (2021). **Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)**. CV. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Putri Kriseka, Mediany, Asri Ghina, Febi Sandita, (2017). **Pengaruh Penggunaan Teknologi Komputer Terhadap Daya Saing UMKM Pada Sentra Kaos Suci Bandung**. e- procceding of manajement : vol 4, No.2 Agustus 2017 | page 1224 ISSN : 2355-9357.
- Riyono, & Budiharja. (2016). **Pengaruh Kualitas , Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua**. Jurnal STIE Semarang, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni 2016 , 101.
- Sanusi, H., & Rizal, S. (2018). **Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada Pt. Sinargalesong Pratama di Semarang**. Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 2 No 1, 90-100.
- Sarinah, dan Mardalena. (2017). **Pengantar Manajemen**. Deepublish Publisher. Qiara Media. Jawa Timur. Yogyakarta.
- Situmorang, M. K. (2021). **Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan**. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(1), 122–131.
- Snell. (2016). *Management*, (Alih Bahasa:Ratno Purnomo dan Willy Abdillah), McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat. Jakarta.

- Statista. (2023). **Net Sales Of The Inditex Group Worldwide From 2013 to 2022, by Brand (in million euros)**. <https://www.statista.com/statistics/456505/sales-inditex-group-worldwide-by-format/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.
- Sucahyowati, Hari. (2017). **Manajemen Sebuah Pengantar**. Wilis. Malang.
- Sudaryono. (2016). **Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi**. ANDI. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Cetakan ke-24. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM**. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Tahir, Muh. (2023). **Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Pada Toko Rahmat Cell di Kabupaten Mamuju**. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. Volume 2 No 1 (2023) ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online) 2656-6265.
- Tambajong, Geraldly. (2016). **Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado**. *Jurnal EMBA* 1291 Vol.1 No.3.
- Tjiptono Fandy dan Diana, Anastasia. (2020). **Pemasaran**. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). **Strategi Pemasaran**. Edisi 4, Andi Offset. Yogyakarta.
- Vanessa. Zainul Arifin. (2017). **Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati)**. Volume 51. Universitas Brawijaya. Malang.