



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2018. Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta
- Berman, Barry, Joel R. Evans, Patrali Chatterjee. 2018. Retail Management A Strategic Approach, Edisi 13, Global Edition, UK: Pearson
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler. 2017. Metode Penelitian Bisnis, Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan oleh Rahma Wijayanti dan Gina Gania, Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, M. A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Kenneth dan Donald. 2018. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication. United Kingdom: Pearson
- Kotler, Amstrong. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2014). Retailing Management, 9th Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Pratama, A., & Ardhy, J. (2017). Analisis Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Melalui Perceived Value pada Hotel X Surabaya. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 5(2), 278-286

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Purba, T. P. & Limakrisna, N. 2017. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia. Jakarta: Mitra Wacana Media

Prentice Hall. Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. 2020. Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2019. Consumer Behaviour (13th ed). New Jersey, Pearson

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan

Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta

Selatan 12610.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan

Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610

Siregar, Syofian. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan

Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Kencana, 2017.

Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi

Wijaya, M. 2013. Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap

Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen,

Bisnis Dan Akuntansi, 1(4), 105–114.

#### Sumber internet:

- <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/02/21/102932220/sejarah-desainer-pertama-hingga-perkembangan-paris-jadi-kiblat-fesyen?page=all>



- <https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia>
- <https://kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>
- <https://highlight.id/kisah-cerita-sejarah-asal-usul-perusahaan-merek-branded-fashion-h-and-m-swedia/>
- <https://brandirectory.com/rankings/apparel/2021/table>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© **Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.