



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute.

Firmansyah, Muhammad Anang. (2018). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Deepublish.

Firmansyah, Muhammad Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*, Surabaya: Qiara Media.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., et al. (2019). *Multivariate Data Analysis*, 8th Edition, Cengage Learning EMEA.

Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.

Irwansyah, Rudy, et al. (2021). *Perilaku Konsumen*, Bandung: Penerbit Widina.

Kotler, Philip., Armstrong, Gary., & Opresnik Oliver, Marc . (2018). *Principles of Marketing*, 17e Edition, United States: Pearson Education.

Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Noor, Zulki Zulkifli. (2019). *Model Pemasaran Sinergisitas Human Capital dan Teknologi Digital*, Yogyakarta: Deepublish.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Denpasar.

Radjab, Enny., dan Jam'an, Andi. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar.

Schindler, Pamela.S. (2022). *Business Research Methods*, 14th Edition, New York: McGraw Hill LLC.

Sudiyono., Kurniawati, Maris., & Mustikowati, R. I. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, Malang.

Suhartini, et al. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, Rappang: Lajagoe Pustaka.



Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Tonce, Yosef., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*, Jawa Barat: Adab.

Jurnal

Bahasan, I. M., Sienatra, K. B. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Surabaya Leather. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume X, Nomor X*.

Marwanto, Burhan., Welsa, Henny., Kurniawan. I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Pada Konsumen Produk Sayuran CV Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains Vol. 05, No. 02*.

Kusuma, Syita, S., Wijayanto, Andi., Listyorini, Sari. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 11, No. 4*.

Ernawati, Diah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk Hi Jack Sandals bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen Vol. 7, No. 1*.

Skripsi

Supit, Dheni Dinaya. (2019). Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi pada Pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta), Universitas Negeri Yogyakarta.

Kurniasari, Dwi. (2019). Skripsi: Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Giling Cap Melati Pak Man (Studi Pada Konsumen di Pasar Peterongan), Universitas Semarang.

Utami, Shinta. N. F. P. (2023). Skripsi: Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Hello Stuff Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi, Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq.

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



Website

CNBC Indonesia (2023), “60% Orang Indonesia Pilih Beli Produk Asing Ketimbang Lokal”, diakses pada tahun 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180326194751-338635/60-orang-indonesia-pilih-beli-produk-asing-ketimbang-lokal>

DataIndonesia.id (2022), “Kinerja Industri Tekstil Meningkat 9,34% pada 2022”, diakses pada tahun 2023. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-tekstil-meningkat-934-pada-2022>

Ekonomi.republika (2021), “Produk Fashion Jadi yang Terbanyak Dibeli Selama Harbolnas 2021”, diakses pada tahun 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/r4vb2n370/produk-fashion-jadi-yang-terbanyak-dibeli-selama-harbolnas-2021>

Fastretailing (2023), “Group Outlets”, diakses pada tahun 2023. <https://www.fastretailing.com/eng/group/shoplist/>

Finfolk (2022), “Uniqlo di Indonesia Itu Kebanyakan Anomali Karena Tidak Buka di ‘Shotengai’”, diakses pada tahun 2023. <https://www.finfock.co/article/news/uniqlo-di-indonesia-itu-kebanyakan-anomali-karena-tidak-buka-di-shotengai>

Goodstats.id (2022), “Pakaian Jadi Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia Ketika Belanja Online” diakses pada tahun 2023. <https://goodstats.id/article/pakaian-jadi-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-indonesia-ketika-belanja-online-WAdP>

Instagram (2023), “uniqloindonesia”, diakses pada tahun 2023. <https://www.instagram.com/uniqloindonesia?igsh=MXF3N2s0a240Z2lhcg==>

Kompas (2023), “Induk Usaha Uniqlo Catat Rekor Kinerja Tertinggi 3 Tahun Berturut - turut”, diakses pada tahun 2023. <https://money.kompas.com/read/2023/10/24/105842226/induk-usaha-uniqlo-catat-rekor-kinerja-tertinggi-3-tahun-berturut-turut?page=all>

NHK World-Japan (2023), “Pengelola Uniqlo Catat Rekor Penjualan & Laba”, diakses pada tahun 2023. <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/id/news/434878/>

Tempo.co (2022), “Kadin: Industri Fashion Sumbang 17 Persen Ekonomi Kreatif, tapi Berefek ke Emisi Karbon”, diakses pada tahun 2023. <https://bisnis.tempo.co/read/1663080/kadin-industri-fashion-sumbang-17-persen-ekonomi-kreatif-tapi-berefek-ke-emisi-karbon>

Uniqlo (2023), “Informasi Perusahaan”, diakses pada tahun 2023. <https://www.uniqlo.com/id/id/information/corp-about>

YouGov (2021), “YouGov Retail Rankings 2021 Indonesia”, diakses pada tahun 2023. <https://business.yougov.com/content/38671-retail-rankings-2021-indonesia>

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.