

DAFTAR PUSTAKA

- Alhejji, I. (2017). *Branding from A to Z*. New York: Future Georgia.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Armstrong, G. et.al. (2018). *Principles of Marketing*. Melbourne: Pearson Australia.
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2017). *Undang-Undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008> [Diakses Jumat, 9 Desember 2022]
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2017). *Undang-Undang (UU) tentang Perdagangan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014> [Diakses Jumat, 9 Desember 2022]
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022). *Jumlah Penduduk (Jiwa) 2020-2022*. <https://bandungkota.bps.go.id/> [Diakses Jumat, 9 Desember 2022]
- Bright, D. S. et.al. (2021). *Principles of Management*. Texas: OpenStax.
- Brunet, J. et.al. (2018). *Marketing Manajement*. Montreal: Chenelière Éducation.
- Cantika et.al. (2020). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Umama Scarf*. Jurnal Prosiding Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 6, No. 2. Hal: 337-342.
- Czinkota, M. R. et.al. (2021). *Marketing Management, 4 edition*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya. Vol. 1, No. 1. Hal: 15-30.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (2021). *Pedoman Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan.

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Fauzul, R., & Nurdiansyah, H. (2022). *Influence of Brand Image and Price on Purchase Decision (Study on Fashion Consumers in a Distro in Bandung)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 16, No. 2. Hal: 178 – 185.
- Feryana, R. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Clothing MOXIE INC Cabang Bandung*. *Jurnal SINTESA*. Vol. 11, No. 1. Hal: 1-13.
- Ghosh, P. P. (2021). *Principles and Practices of Management*. New Delhi: University Science Press.
- Grewal, D., & Levy, M. (2020). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Halim, F. et.al. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasna, F. N., & Susanti, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*. Vol. 3, No. 1. Hal: 1096-1104.
- Heidi, S. et.al. (2021). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Pembelian Produk Fashion*. *Jurnal Untar*. Vol. 1, No. 1. Hal: 575-584.
- Henry, M., & Aziza, N. A. (2022). *Brand Image and What Prices Can Determine the Decision Process of Buying Erigo Products in Bandung City*. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*. Vol. 5, No. 3. Hal: 25702- 25710.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Johansyah, I. G., & Kaniawati, K. (2020). *The Impact of Price and Quality Product on Consumers' Purchasing Decision in Kaos Anak for Kids' (Kafk) Clothing Shop*. *Journal Interdisciplinary Studies for Cultural Heritage*. Vol. 6, No. 1. Hal: 29-39.
- Joshi, M. (2019). *Essentials of Marketing*. Ventus Publishing Aps.

- Keluyuran. (2022), *10 Distro Terkenal di Bandung yang Wajib Kamu Datangi*. <https://keluyuran.com/distro-terkenal-di-bandung/2/> [Diakses Jumat, 9 Desember 2022]
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2022). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Khalida, L. R. (2021). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Desa Karawang*. Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian. Vol. 1. Hal: 996-1012.
- Kotler, P. et.al. (2020). *Principles of Marketing, Eight European Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Eighteenth Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, A. S. et.al. (2021). *The Influence of Price and Product Quality on Purchase Decisions on Thrift Clothes at Shabira Store, Tulang Bawang Regency*. Terbuka Journal of Economics and Business. Vol. 2, No. 1. Hal: 27– 43.
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. Jurnal Abiwara. Vol. 1, No. 2. Hal: 71-83.
- Mogaji, E. (2021). *Brand Management*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Mulyadi, et.al. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Manik Outdoor Bandung)*. Jurnal Prosiding Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 5, No. 2. Hal: 658-665.
- Mulyana, S. (2021). *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. Jurnal Daya Saing. Vol. 7, No. 2. Hal: 185-195.

- Nugrah, M. Y. D., & Arwiyah, M. Y. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wormhole Store Bandung*. e-Proceeding of Management. Vol. 7, No. 2. Hal: 6223-6240.
- Patricia, R., & Krey, N. (2019). *Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers*. Academy of Marketing Science.
- Pollak, F., & Markovic, P. (2022). *Brand Management*. London: Intech Open.
- Prior, D. D. (2021). *Organizational Buying*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Purnamawati, I. A. et.al. (2022). *The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha. Vol. 9, No. 1. Hal: 90-98.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, H. M. et.al. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Robbins, S. P. et.al (2020). *Fundamentals of Management*. London: Pearson Education.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). *Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second*. Journal of Management. Vol. 5, No. 2. Hal: 450-458.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Schiffmann, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. Journal of Business and Economics Research (JBE). Vol. 2, No. 2. Hal: 31-35.
- Simon, H., & Fassnacht, M. (2019). *Price Management*. Gewerbestrasse: Springer Nature.

- Sroka, W. (2020). *Perspectives on Consumer Behaviour*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Stax, O. (2019). *Principles of Management*. Houston: Rice University.
- Suardhita, N. et.al. (2019). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah*. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 3. No. 1. Hal: 11-20.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Terjemahan: Ticoalu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Jakarta Pusat: Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. FEB-UP Press: Jakarta.
- Wijoyo, et.al. (2021). *Pengantar Bisnis Lanjutan*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Zeithaml, V. A. et.al. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill Education.