

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rachmawati Nurfitri dan Dimiyati (2022) “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Pembelian Pakaian Pada Pada Pusat Konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok” UG JURNAL VOL.16 Edisi 03 Maret 2022
- Alma, Buchari. (2018). Pengantar Manajemen dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi CV Alfabeta. Bandung.
- Amirullah. 2017. Pengantar Manajemen. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Arif Radika, Ni Made Ida Pratiwi, I.G.N. Anom Maruta (2022) “Pengaruh Harga, Citra Mek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merek Erigo Di KAB. Gresik” Jurnal Bisnis, Volume 02, No. 01
- Ari Cahyo Wicaksono, Sendhang Nurseto (2019) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap keputusan pembelian Melalui MarketplaceShopee:” JIAB : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol 8, No 1
- Budiarto. (2017). Dasar Pemasaran. Gunadarma
- Buchari Alma 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV. Alfabeta, Bandung
- Fandy Tjiptono. 2020. Pemasaran Jasa. Andi, Yogyakarta
- Farisa Hasna Nadiyah, Susanti Wahyuningsih (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 Universitas Muhammadiyah Semarang VOL 3, 2020
- Hasibuan. (2016). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Revisi. Bumi Aksara
- Hasibuan, & Malayu, S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, & Melayu, S. P. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hasibuan. (2016). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Revisi. Bumi Aksara.

- Jelita Aeni Herlambang (2016) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian ulang Di Zoya Bandung Indah Plaza (Survey Pada Pengunjung Outlet Zoya Di Bandung Indah Plaza)” *Jurnal Telaah Manajemen* Vol.6, No.2
- Kurniawan, Erni dan (2017). *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Kencana
- Kotler dan Keller. (2016). *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management. 15th edit. Person Education*.
- Kotler, Phillip, dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-15, Jilid 1&2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Airlangga.
- Kotler.P.2018. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Edisi ketiga belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. K.L2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelima belas. Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Mahfoedz. 2015. *Proses Keputusan pembelian*. Salemba Empat, Jakarta.
- Machfoedz, M. 2016. *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.
- Melky Gultom, Ngatno (2020) “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Javana Bistro Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 9, No 1
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson terjemahan Diah Tant Dwi Andani. 2017. *Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi kelima, Salemba Empat, Jakarta.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Pipit Dara Trisna (2022) “Pengaruh Promosi dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Al Futuh Fashion di Tasikmalaya” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol.1, No.10
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke 16, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta (Edisi 3, Cetak 2).

Simamora, Bilson. 2019. *Riset Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka. Jakarta

Terry, George R. dalam Afifudin. 2019. *Dasar-dasar Manajemen*, (Terje: G.A Ticoalu). Alfabeta, Bandung.

Umbu Saga Ana Kaka Mahemba, Caecilia Wahyu Estining Rahayu (2019) “Pengaruh harga dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Wenak Tok Fashion” Prosiding Seminar Nasional Vol 1, No 2

Yugi Setyarko (2016) “Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang” *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* Vol. 5 No. 2 Oktober 2016 ISSN: 2252-6226

#### **Sumber Lain:**

<https://www.dataindustri.com/> “Data Industri 2022, Pertumbuhan Tahunan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Indonesia Tahun 2010-2021”. Diakses pada 4 Februari 2023).

<https://kemenparekraf.go.id/> “Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2022, Kontribusi Subsektor Industri di Kota Bandung Tahun 2019-2021”. Diakses 4 Februari 2023.

<https://bandungkota.bps.go.id/> “Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2022, Jumlah Penduduk Kota Bandung tahun 2019-2021”. Diakses 4 Februari 2023.

<https://kotakreatif.kemenparekraf.go.id/> “Kota Kreatif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2022, Perkembangan Jumlah Jenis Usaha Fashion di Kota Bandung tahun 2017-2021”. Diakses Februari 2023.

<https://bandungkota.bps.go.id/> “Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2022, Jenis Usaha Pakaian di Kota Bandung tahun 2017-2021”. Diakses 4 Februari 2023.

<https://disperindag.jabarprov.go.id/> “Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat 2022, Transaksi Clothing Brand di Kota Bandung Tahun 2021”. Diakses 4 Februari 2023