

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Dinda putri (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan *Social Media Marketing* Terhadap Proses keputusan pembelian Pada Mars Distro. 458- 468.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Social media marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management And Business*, 689-705.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education,.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing. United Kingdom: Pearson Education Limited*.
- Kotler, Phillip dan Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi Ke-15, Jilid 1&2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Airlangga.
- Lupiyoadi, R. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lelet, P. S., Lumanauw, B., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, *Social media marketing*, Dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Manzone Di Matahari Megamall Manado). *Jurnal Emba*, 1590-1599.
- Lestari, R. W., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Social media marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses keputusan pembelian Sepatu Conversepada Mahasiswa Stiesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-18.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Social media marketing, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Sepatu Merek Bata. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 27-36.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Social media marketing Terhadap Proses keputusan pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Seminar Nasional Unimus*.
- Ning Handayani, S., & Suradi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Proses keputusan pembelian Ulang Produk Di Planet Distro Sragen. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 82-89.

- Nurfitri, A., & Dimiyati. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Konsumen (Studi Kasus: Pembelian Pakaian Pada Pusat Konveksi Di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok. *Ug Jurnal*, 26-33.
- Nursukmah, M. I., Akhyar, M., & Aliefah, A. N. (2022). Pengaruh media sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Konsumen Membeli Produk Kerudung Saudia (Studi Pada Mahasiswa Di Iainu Kebumen). *Journal Of Management, Economics, And Entrepreneur*, 204-2018.
- Pande Ketut Ribek (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS*.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Proses keputusan pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Raditya (2022). Pengaruh social media marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap proses keputusan pembelian Merek Erigo Di Kab. Cirebon. *Management Business Journal*.
- Radika, A., Ida Pratiwi, N., & Anom Maruta. (2022). Pengaruh Social media marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Merek Erigo Di Kab. Gresik. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 43-59.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sanjaya (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Media Sosial Terhadap Proses keputusan pembelian Di Dunia Distro Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 61-65.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Proses keputusan pembelian Produk Wear It. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 176-184.
- Tutih Sapitri & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Proses Keputusan Pembelian di Flashy Shop Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 25-31.

- Trisna, P. D. (2022). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Produk Al Futuh Fashion Di Tasikmalaya. *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Universitas Pasundan. (2017). Pedoman Proposal dan Seminar Usulan Penelitian. Bandung: Universitas Pasundan.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hatmanti Hutami, L. (2021). Analisis Pengaruh Social media marketing, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Proses keputusan pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 172-181.

Sumber Lain :

<https://www.dataindustri.com/> “Data Industri 2022, Pertumbuhan Tahunan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Indonesia Tahun 2010-2021”. Diakses pada 12 Maret 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 12 Maret 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 12 Maret 2023.

<https://bandungkota.bps.go.id/> “Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2022, Jenis Usaha Pakaian di Kota Bandung tahun 2018-2022”. Diakses 12 Maret 2023.

<https://disperindag.jabarprov.go.id/> “Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat 2022, Transaksi Clothing Brand di Kota Bandung Tahun 2022”. Diakses 12 Maret 2023.

https://www.instagram.com/Azura_superheroes/ “Akun Social media marketing Instagram Clothing Brand Azura 2023, Beberapa Produk clothing brand Azura”. Diakses 13 Maret 2023.

<https://www.azurastore.co.id/> “Website Clothing Brand Azura 2023. Social media marketing Perusahaan yang digunakan *Clothing Brand* Azura pada Social media marketingnya”. Diakses pada 13 Maret 2023.