

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Hartono J. (2015). *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Abdullah, T., dan F. Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajagrafindo.
- Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Putri, dan Megayani. (2020). *The Effect of Marketing Mix on Purchase Decision on Clothes in Jatinegara Market, Jakarta Timur (Study at Mahkota Muslimah Clothing Store, Jatinegara)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Amanah, D., dan S. P. Pelawi. (2015). *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Product Matahari Plaza Medan Fair*. *Jurnal Quonomic* 3(2).
- Aminah, Andi Nur. (2019). 2020 Diyakini Jadi Era Kebangkitan Brand Lokal Indonesia. *Republika.co.id*. Diambil 24 Februari 2021 (<https://www.republika.co.id/berita/q21okr384/2020-diyakini-jadi-era-kebangkitan-brand-lokal-indonesia>).
- Anggraini, N., Barkah, Q., dan Hartini, T.. (2020). *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang*. *Jurnal Neraca, Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi* 4(1):26.
- Aria, Pingit. (2020). Hari Belanja Brand Lokal, Pesta Diskon Lebih dari 1.000 Merek Nasional. *katadata.co.id*. Diambil 28 Februari 2021 (<https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5ea3a95c7df4e/hari-belanja-brand-lokal-pesta-diskon-lebih-dari-1000-merek-nasional>).
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Baiti, Rizka Ulfa. (2016). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan IB Muamalat di Bank Muamalat KCP Salatiga. *Jurnal Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Barcelona, Oktavianus, Tinneke M. Tumbel, dan John A. F. Kalangi. (2019).

Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2).

Burhan, Fahmi Ahmad. (2020). Riset KIC-Kredivo: Produk Busana Paling Laris di E-Commerce. Diambil 24 Februari 2021, dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f297aa120d79/riset-kic-kredivo-produk-busana-paling-laris-di-e-commerce>.

Darida, Veronica Agustina. (2021). E-commerce Sebagai Penunjang Perkembangan Bisnis Belanja Online di Era Digital. Diambil 5 Mei 2021, dari <https://kumparan.com/veronica-agustina/e-commerce-sebagai-penunjang-perkembangan-bisnis-belanja-online-di-era-digital-1uvAOkc0TS1>.

Darmanto, dan Sri Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta: Deepublish.

Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Ferdinand, Agusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Feriyanto, A. (2015). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Media Tara.

Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gischa, Serafica. (2020). Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya. Diambil 13 April 2021, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya?page=all>.

Gusrita, Desy, dan Rahmidani, Rose. (2018). *Pengaruh Marketing Mix dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita di Kota Padang*. *Jurnal EcoGen* 1.

Handayani, Indah. (2020). Brand Fashion Lokal Pikat Konsumen di Masa Pandemi. Diambil 4 Maret 2021, dari <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/696873/brand-fashion-lokal-pikat-konsumen-di-masa-pandemi>.

Heriyati, Pantri, dan Taufani C. Kurniatun. (2020). *Analisa Triple Helix pada Industri Fashion di Jakarta*. Penerbit Qiara Media.

Dien Hafifah Mesayu Putri, 2021

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BRAND LOKAL DI KALANGAN GENERASI Z**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Inayah. (2020). Bergaya Kece dan Fashionable dengan 8 Brand Clothing Lokal Terbaik untuk Pria Ini!. Diambil 14 April 2021, dari <https://id.priceprice.com/fashion-pria/news/Bergaya-Kece-dan-Fashionable-dengan-10-Brand-Clothing-Lokal-Terbaik-Ini-6701/>.
- Karja. (2019). Menelusuri Perkembangan dan Potensi Industri Kreatif di Indonesia. Diambil 14 Maret 2021, dari <https://kumparan.com/karjaid/menelusuri-perkembangan-dan-potensi-industri-kreatif-di-indonesia-1550828242361247154/full>.
- Kolah, Ardi. (2013). *Guru in a Bottle: Pemasaran Berdampak Tinggi yang Memberikan Hasil*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary. (2012). *Pinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 . Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, K., L.. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: Khalifah Mediate.
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Musafar, Tengku F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pratama, Irwannus, dan Rahmidani, Rose. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal EcoGen* 3(1).
- Prayitno, Sunarto, dan Harjanto, Rudy. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Integrated Marketing Communications Management*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Riyanto, Slamet, dan Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian*

Dien Hafifah Mesayu Putri, 2021

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BRAND LOKAL DI KALANGAN GENERASI Z**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

*Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish.

- Safitri, Kiki. (2020). Dua Generasi Ini Jadi Penyumbang Terbesar Transaksi E-commerce di RI. Diambil 12 April 2021, dari <https://money.kompas.com/read/2020/08/04/190000226/dua-generasi-ini-jadi-penyumbang-terbesar-transaksi-e-commerce-di-ri?page=all>.
- Sangadji, dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sarasa, Agung Bakti. (2021). Pandemi, Distro Asal Bandung Ini Produksi 48.000 Apparel Per Bulan. Diambil 24 Februari 2021, dari <https://daerah.sindonews.com/read/326822/701/pandemi-distro-asal-bandung-ini-produksi-48000-apparel-per-bulan-1612605736>.
- Sarjono, H., dan Juliantina, W.. (2013). *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jagakarsa: Salemba Empat.
- Setyaningrum, J. Udaya, dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Shinta, Agustina. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siyoto, Sandu, dan Sodik. M. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supaartagorn, Chanchai. (2017). Marketing Mix Factors Toward Decision Making in the Purchasing Goods and Services Via Facebook: in the Case of Muang District, Ubonrajchathani Province, Thailand. *International Journal of Management and Applied Science* 3(2):50–54.
- Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi. (2016). *Metodologi Penelitian*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Sutopo, Yeri, dan Slamet, Achmad. (2017). *Statistik Inferensial*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., dan G. Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. 3 ed. Yogyakarta: CV ANDI.

Dien Hafifah Mesayu Putri, 2021

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BRAND LOKAL DI KALANGAN GENERASI Z**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Tjiptono, F., dan Chandra, Gregorius. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Ujang, Sunarwan. (2015). *Pemasaran Strategik*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Wahid, Nur. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Celcius di Jalan Gatot Subroto Samarinda. *Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bisnis* 5(2):1022–35.

**Dien Hafifah Mesayu Putri, 2021**

***PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BRAND LOKAL DI KALANGAN GENERASI Z***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]