

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok : *PT. Rajagrafindo Persada* (7th ed.).
- Aqib, Z., & Rasidi, M. H., (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta : Deepublish.
- Ardhana, H.B ., Fitriani, Y.M ., Madalena, A.O ., Khusna, F. (2021). Nilai, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.
- Asih, R. R. D., & Pratomo, L. A. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(1). <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2537>
- Ayu, D. P., & Sulistyawati, E. (2018). Persepsi Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja *Online* (Studi Kasus Pada Zalora *Online Shop*) (Doctoral dissertation, Udayana University). DOI: 10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i05.p02
- Brandirectory.com. (2021). Apparel 50 2021 Ranking. Retrieved from <https://Brandirectory.com/rankings/apparel/table>
- Cnbcindonesia.com. (2021). *Hadapi Pandemi, Ritel Fashion Terpaksa Tutup Gerai*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210503181149-19-242847/berat-hadapi-pandemi-ritel-fashion-terpaksa-tutup-gerai>
- Chandra, Y. P., & Subagio, H. (2019). Analisa Pengaruh Product Quality terhadap *Brand Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediator pada *Brand Uniqlo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2).
- En.wikipedia.org. (2021). H&M. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/H%26M>
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Fikrrizaldy, H., & Nina, P. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening produk ZARA di Kota Bandung*. 06(02), 4060–4078.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* Yogyakarta : Deepublish.

- Gani, S. (2017). *Menakar "Fashion" Indonesia Menuju 2025*. Retrieved from [/satusatu.id/menakar-fashion-indonesia-menuju-2025/](https://satusatu.id/menakar-fashion-indonesia-menuju-2025/)
- Ghozali, & I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS. Edisi Ke-4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.*
- Gustina, N. (2021). Performa Sukuk Ritel : Sebelum dan Saat Terjadi Pandemi Covid-19. *JURNAL AKUNTANSI*, 10(2), 369–386. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i2.415>
- Halim, F. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa - Google Books. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Pustaka Ilmu* (Issue Maret).
- Haris, D. (2018). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *Upajiw Dewantara*, 2(2). <https://doi.org/10.26460/mmud.v2i2.3265>
- Hestianingsih. (2019). *9 Brand Fashion yang Bangkrut Sepanjang 2019*. Retrieved from <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4841795/9-Brand-fashion-yang-bangkrut-sepanjang-2019>
- hmgroup.com. (2022). *H&M Group*. Retrieved from <https://hmgroup.com/about-us/>
- Immanuel, G., & Pannindriya, S. T. (2020). Dampak Globalisasi Terhadap Gaya Berpakaian Generasi Z Bali. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 162. <https://doi.org/10.37535/103001220204>
- Irsela, R. R. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Harga, Insentif Promosi, Keragaman Produk, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Hypermarket Giant Ekstra di Kota Harapan Indah*. Jakarta : Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Jaya, A., Maruta, I., & Pratiwi, N. M. (2020). Pengaruh *Brand Equity, Brand Image* Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 06(01).
- Juliany, A. (2019). *Manfaat Hasil Belajar Fashion Merchandise Sebagai Kesiapan Menjadi Fashion Marketer di Industri Ritel Bidang Busana*. Bandung : Badan Penerbit Universitas Pendidikan Indonesia.

- Karnowati, N., & Astuti, H. (2020). Effect Of Consumer Value, Consumer *Experience* And Service Quality Of *Customer* Loyalty Through Consumer Satisfaction (Case Study On Beauty Care In Cilacap). *Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE 2020, 5 - 6 August 2020, Purwokerto, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301221>
- Katadata.co.id. (2021). *H&M, Starbucks, GAP, Peritel Global yang Tutup Ratusan Tokonya di 2021*. Retrieved from <https://katadata.co.id/happyfajrian/Brand/601930aa38ab7/hm-starbucks-gap-peritel-global-yang-tutup-ratusan-tokonya-di-2021>.
- Kerin, R., & Hartley, S. (2020). *Marketing The Core* (8th ed.). New York : McGraw-Hill Education.
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1).
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran (12th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15e édition. *New Jersey: Pearson Education*.
- Kurniawan, R., Bagus, I., & Diansepti, B. (2021). The Effect Of Privacy Perception And Security Perception On *Customer* Loyalty With Trust As An Intervening Variables In Zalora E-Commerce (A Case Study of Zalora Users in Yogyakarta City). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 05(02), 550–562.
- Ledikwe, A. (2020). Determinants of *Brand* loyalty in the apparel industry: A developing country perspective. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787736>
- msn.com. (2020). *Pendapatan H&M Hennes & Mauritz AB*. Retrieved from <https://www.msn.com/id-id/ekonomi/detailsaham/financials/sto-hm-b/fi-amwn2w>.
- Mokalu, P. C. C., Massie, J. D., & Mandagie, Y. (2019). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, *Customer* Value, Dan *Brand* Trust Terhadap *Customer* Loyalty Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23741>

- Muslich, A & Sri, I. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (1st ed)*. Surabaya : Badan Penerbit Airlangga University Press.
- Muslimah, I., Sikki Manggabarani, A., & Gunaedi Argo, J. (2021). Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Dan Loyalitas Konsumen *Online Shop* NWE Label. *KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the Impacts of *Customer Experience* on Purchase Intention. *International Journal of Business and Management*, 8(6). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n6p128>
- Pei, X.-L., Guo, J.-N., Wu, T.-J., Zhou, W.-X., & Yeh, S.-P. (2020). Does the Effect of *Customer Experience* on *Customer Satisfaction* Create a Sustainable Competitive Advantage? A Comparative Study of Different *Shopping* Situations. *Sustainability*, 12(18), 7436. <https://doi.org/10.3390/su12187436>
- Pratiwi, I. (2020). *Analisis Kepuasan Pelanggan Go-Food pada Gojek di Bandar Lampung*. Bandar Lampung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- Ramadani, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Elzatta Cabang Bandung Indah Plaza* . Universitas Kampus Indonesia. 12, 13 – 30.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. In *Deepublish Publisher*.
- Sahabuddin, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa : Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Industri Perbankan*. Makassar : Pustaka Taman Ilmu.
- Salehi, S. (2020). The effect of *Brand Experience* on *Customer loyalty*. *Master's Thesis, Sosial Bilimler Enstitüsü*.
- Santoso, S.(2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shilawati, A. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tipar Cakung Jakarta Timur)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap *Online Shop*. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 2(1). <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v2i1.97>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Syahrir., Danial., Yulinda, E ., & Yusuf, M. (2019). *Aplikasi Metode SEM – PLS (Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan)*. Bogor : IPB Press.
- Suryati, (2019). Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta : In *Hakikat Pemasaran*.
- Tamara, Dr. D., Hartanto, M., Rizky, M. T., & Cahyaputra, I. (2021). *Brand Image, Customer Trust, And Customer Loyalty Towards Willingness To Pay Of Sports Apparel During Pandemic Covid-19 In Indonesia*. *Emerging Markets : Business and Management Studies Journal*, 8(1). <https://doi.org/10.33555/embm.v8i1.179>
- Tarjo. (2019). Metode Penelitian Sistem 3x Baca. Yogyakarta : In *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*.
- Ustman, E. (2019). *5 Fakta Menarik H&M, Brand Fashion Legendaris dari Swedia*. Retrieved from <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/eliza/5-fakta-menarik-seputar-hm-Brand-fashion-legendaris-dari-swedia-c1c2/4>
- zalora.co.id. (2022). *H&M*. Retrieved from zalora.co.id/hm/