

DAFTAR REFERENSI

- Andrea, M. (2019). Gairah Industri Fashion Indonesia. Retrieved February 13, 2022, from [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia) website:
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep & strategi*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Atome.id. (2022). 10 Rekomendasi Merek Sneakers Lokal Terbaik, Local Pride! Retrieved June 23, 2022, from [atome.id](https://www.atome.id/blog/10-rekomendasi-merek-sneakers-lokal-terbaik-local-pride) website:
- Dewi, Herlina, M. G., & Boetar, A. E. M. B. (2022). The effect of social media marketing on purchase intention in fashion industry. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 355–362.
- Diva, R., Hasyati, P., & Khasanah, I. (2019). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Sepatu Bata Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 58–69. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Gilbert Setiawan, A. (2019). Trend Industri Fesyen di Indonesia. Retrieved February 13, 2022, from [binus.ac.id](https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyen-di-indonesia/) website:
- Hidayat, A. A. N. (2020). 85 Persen Konsumen E-commerce Berasal dari Generasi Z dan Milenial. Retrieved February 13, 2022, from [bisnis.tempo.co](https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial?page_num=1) website:
- Kotler, P., & Armstrong, G. (n.d.). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an introducing* (15th ed.). New Jearsey: Pearson Prentice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi). New Jersey: Pearson.
- Kristy, A. (n.d.). 10 Pilihan Sneakers Lokal Terbaik, Bangga Karya Anak Bangsa! Retrieved February 13, 2022, from tokopedia.com website: 10 Pilihan Sneakers Lokal Terbaik, Bangga Karya Anak Bangsa!
- Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- Makna, R. A., & Setiadi, Y. W. (2022). Pengaruh Endorsement Fashion, Media Sosial Instagram dan Lokasi Toko Terhadap Minat Beli Pakaian Remaja (Studi Kasus Toko Duta (JEMS) *Jurnal Entrepreneur Dan ...*, 3(2), 200–212. Retrieved from <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jems/article/view/3267>
- Prayogi, B. S. (2021). ... , *Promosi Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Specs (Studi Kasus Di Toko Andra Sports ...* (2), 50–65. Retrieved from <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/10939%0Ahttp://repository.unmuhjember.ac.id/10939/3/C. BAB I.pdf>
- Rinadiyana, L. R., Triwardani, D., Badriatin, T., & Muhammad, M. (2020). *The Effect of Product Quality , Price , Place , Strategy Marketing of Purchase Decisions Cibaduyut Shoes*. (8468).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Sumiati, S., & Mujanah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.25077/amar.2.2.1-10.2018>
- Syabhani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica*, 1, 49–50.

- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Cetakan Pe). Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Total*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *Jurnal EMAS*, 2(E-ISSN : 2774-3020), 150–161.