

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D & Keller, L. (2004). *Brand Utility, Telaah Manajemen* (2nd Ed). Semarang.
- Atsar, A & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen* (pp.47).
- Brunn, P., Jensen, M., Skovgaard, J. (2002). E-marketplaces: Crafting a winning strategy. *European Management Journal*, 286-298.
- Damayanti, A. (2018). Strategi iklan online: Studi iklan shopee di media sosial. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Dodson, I. (2016). *The Art of Digital Marketing*. New Jersey: Wiley.
- Essential References. (2012). *Supply Chain Management: Concepts, Methodologies, Tools, and Application*. Information Resources Management Association.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (2nd ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill.
- Hartini, S. (2012). Perilaku pembelian smartphone: Analisis brand equity dan brand attachment. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*,3(1),75-86.
- Hasanah, I. (2016). Peran media sosial dalam pemasaran pada produk chocofaza. *Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen*. Institut Pertanian Bogor.
- Kemenperin. (2017). Dikutip dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18473/Indonesia-Masuk-Kategori-Negara-Industri>.
- Kemenperin. (2019). Dikutip dari <https://kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>.
- Keller, K. (1993). *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Keller, K. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kompas. (2009). Dikutip dari <https://nasional.kompas.com/read/2009/05/08/11162357/dibanding.imporkualitas.tekstil.domestik.lebih.baik>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* (2nd ed). Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management with Pin Card*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P & Armstrong, G. (1996). *Principles of Marketing* (7th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed). Jakarta: Erlangga.
- Lupi, F & Nurdin, N. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*,2(1), 20-29.
- Maindoka et al. (2018). Analisis pengaruh citra merek, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian mobil nissan grand livina pada pt.wahana wirawan manado. *Jurnal EMBA*.
- Mohammed, R., Fisher, R., Jaworski, B., & Cahill, A. (2002). *Internet Marketing: Building Advantaged in a Networked Economy*. New York: McGraw Hill International.
- Nasution, A.Z. (2001). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (pp.13). Jakarta: Diadit Media.
- Novalius, F. (2017). *Penjualan Turun, Pengusaha Retail Salahkan Bisnis Online*. Dikutip dari <https://economy.okezone.com/read/2017/08/02/320/1748565/penjualan-turun->

- Rahmawati, D. (2016). Pemilihan dan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online. *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Randi. (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Fast Food Ayam Goreng*. JOM FISIP.
- Sadono, S. (1995). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro* (2nd ed)(pp.54). Jakarta: PT. Karya Grafindo Persada.
- Safierra, A. (2019). Mengenal Kaws, Seniman yang Kolaborasinya dengan Uniqlo Jadi Rebutan. Dikutip dari <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4581351/mengenal-kaws-seniman-yang-kolaborasinya-dengan-uniqlo-jadi-rebutan>
- Sarjono, H. & Winda, J. (2011). *SPSS vs LISRAEL: Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Satria, A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Jakarta: PERFORMA.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Supramono., Haryanto., Oktavian, J. (2005). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management dan Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Ulrich, K. & Eppinger, S. (2008). *Product Design and Development* (4th ed), New York: McGraw Hill.
- Yogaswara, G. (2017). Analisa e-commerce Bukalapak dan Lazada. *Akademi Manajemen Informatika dan Komputer*. Institut Bina Sarana Informatika.