

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Oktafani, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa di Kota Bandung The Effect of Product Quality and Price on Converse Shoes Purchase Decision on Student in Bandung City*.
- Akolaa, A. A., Kosiba, J. P. B., Appiah, F., & Nyanteh, A. A. (2021). The moderating role of donation-related predispositions on the effectiveness of price and product quality on cause-related marketing participation. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2020-1033>
- Alma, B. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA EDISI REVISI*.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Anis, S. M., & Sisilia, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Make Over di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7, No. 2(2355–9357), 6596–6621.
- Aqueveque, C., & Rodrigo, P. (2021). “This wine is dead!”: unravelling the effect of word-of-mouth and its moderators in price-based wine quality perceptions. *British Food Journal*, 123(3), 869–883. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2020-0252>
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cream, W. (2020). *Inilah Alasan Mengapa Cewek Tanah Air Lebih Menyukai Fashion Korea - Cream Wajah*. <https://creamwajah.id/inilah-alasan-mengapa-cewek-tanah-air-lebih-menyukai-fashion-korea/>
- Fandy, T. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi. P. 32.
- Fandy, T. (2017). *Pemasaran Jasa* (2017th ed.). Bayumedia Publishing.
- Firdha. (2020). 🍷 26 Brand Lokal untuk Milenial, Dijamin Nggak Ketinggalan Zaman - USS Feed. <https://www.ussfeed.com/brand-lokal/>

Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. December. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>

Ghozali. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif&Kualitatif*.

Ghozali. (2018). *Desain Penelitian Kuantitatif&Kualitatif*.

Herrmann, A., Xia, L., Kent, M. B., & Huber, F. (2007). The influence of price fairness on customer satisfaction: An empirical test in the context of automobile purchases. *Journal of Product and Brand Management*, 16(1), 49–58.
<https://doi.org/10.1108/10610420710731151>

Indah, R. (2021). *Gaya Casual: Cara Berpakaian Yang Sederhana Tapi Menarik Perhatian* | *Highend Magazine*. <https://highend-magazine.okezone.com/read/gaya-casual-cara-berpakaian-yang-sederhana-tapi-menarik-perhatian-C974Dx>

Indrawati. (2015a). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*.

Indrawati. (2015b). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.

Jaelani, E. (2021). *Rekomendasi Brand Fashion Lokal di Bandung, Yakin Gak Mau Coba?* - *Giwangkara*. <https://www.giwangkara.com/lifestyle/pr-851493369/rekomendasi-brand-fashion-lokal-di-bandung-yakin-gak-mau-coba?page=all>

Jin, B., Yang, H., & Kim, N. (2019). Prototypical brands and cultural influences: Enhancing a country's image via the marketing of its products. *Management Decision*, 57(11), 3159–3176. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2018-0057>

katadia.co.id. (2020). *Industri Halal untuk Semua - Analisis Data Katadata.co.id*.
<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-semua>

Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404–422.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>

Keller, K. &. (2015). *Marketing Management*.

Keller, K. &. (2016). *Pemasaran mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial* (2016th ed.).

kominfo.go.id. (2017). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker

kompas.com. (2021). *Kemenpar Genjot Sektor Ekonomi Kreatif melalui #BeliKreatifLokal Halaman 2 - Kompas.com*.
<https://travel.kompas.com/read/2021/05/16/130945927/kemenpar-genjot-sektor-ekonomi-kreatif-melalui-belikreatiflokal?page=2>

kompasiana.com. (2019). *Perkembangan Trend Fashion Terkini Halaman 1 - Kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/naylasyaaa/5e0767cad541df24a37aa212/perkembangan-trend-fashion-terkini>

Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Marketing Management* (2016th ed.). Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Kurniawan, A. (2021). *MARKETING 101*.

Laurensia, J. (2016). *Mengapa Fashion Itu Penting? - Kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/jesicalaurensia/56d04cdc717a6126165faf9b/mengapa-fashion-itu-penting>

Lupiyoadi, R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*.

Malau, Harman, P. D. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Mandiri, P., Kabupaten, K. /, Indonesia, K., & Ekonomi, B. (2018). *KOTA BANDUNG*.

Mega, A. (2017). *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia Halaman 1 - Kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia>

- Meisara, G. V., & Napitupulu, H. (2019). Kepuasan Pelanggan Terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 85–95.
http://etd.uum.edu.my/4168/4/s810949_abstract.pdf
- Mia, Si. (2019). *Perkembangan dan Sebaran Industri Kreatif Bidang Fashion | BINUS UNIVERSITY BANDUNG - Kampus Teknologi Kreatif*.
<https://binus.ac.id/bandung/2019/12/perkembangan-dan-sebaran-industri-kreatif-bidang-fashion/>
- Nahlia, F. & Hermani, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XL (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP UNDIP Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1): 1-9.
- Narteh, B. (2018). Service quality and customer satisfaction in Ghanaian retail banks: the moderating role of price. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 68–88.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0118>
- Novita, et al. (2019). *Pengaruh Kualitas , Harga Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam Batik Surakarta)*. 1–14.
- Olbrich, R., Jansen, H. C., & Hundt, M. (2017). Effects of pricing strategies and product quality on private label and national brand performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.012>
- Pelakubisnis.com. (2021). *Menguak Tiga Besar Penyumbang Perekonomian Ekraf • Pelaku Bisnis*. <https://pelakubisnis.com/2018/07/menguak-tiga-besar-penyumbang-perekonomian-ekraf/>
- Philip Kotler, K. L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran - Jilid 1*. November.
- Present, B. (2019). *Lengkapi Isi Lemari dengan Produk Fashion dari 10 Rekomendasi Brand Lokal (2019)*. <https://bp-guide.id/AX1sDDPe>
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Priyanto, D. (2014). *pengolahan data terpraktis, Yogyakarta : ANDI OFFSET*

- Purba Yohana, W. (2020). *Fashion Indonesia, Industri Kreatif yang Dipercaya akan Go Internasional Halaman all - Kompasiana.com*.
https://www.kompasiana.com/wildapurbayohana2276/5fe0c8408ede4818705d5872/fashion-indonesia-salah-satu-industri-kreatif-yang-dipercaya-akan-go-internasional-dan-memiliki-manfaat-besar-bagi-masyarakat-dibidang-ekonomi?page=all&page_images=1
- Rahayu, E. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Exspress Indonesia*. 1–10.
- Rahmawati, Y. & Nilowardono, S. (2018). The Effect of Product Quality, Brand Trust, Price and Sales Promotion on Purchase Decisions on Royal Residence Surabaya (Case Study in PT. Propnex Realti Visit). *International Journal of Integrated Education, Engineering and Business (IJIEEB)*, 1(1): 1-10. <https://doi.org/10.29138/ijieeb.v1i1.792>
- Rama, A. (2020). Strategic pricing by Islamic banks and the impact on customer satisfaction and behavioral intention. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 2017–2033. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2019-0078>
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. ALFABETA.
- Rosad, S. &. (2015). *Manajemen Pemasaran* (2015th ed.). IN MEDIA: Bogor.
- Salsabilla, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen* | *kumparan.com*. <https://kumparan.com/salsabillah-mustika/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-konsumen-1v14edzaGj6>
- Sarwono Jonathan. (2013). *Statistik Multivariat: Aplikasi Untuk Riset Skripsi*.
- Setyaningsih, L. (2021). *Produk Fesyen asal Jawa Barat Tetap Laku Keras di Masa Pandemi* - *Wartakotalive.com*. <https://wartakota.tribunnews.com/2021/10/12/produk-fesyen-asal-jawa-barat-tetap-laku-keras-di-masa-pandemi>
- Shonet. (2019). *6 Poin Review Shopataleen, Local Brand Terjangkau & Unik* | *kumparan.com*. <https://kumparan.com/the-shonet/6-poin-review-shopataleen-local-brand-terjangkau-and-unik-1qqV6XCVxgz/full>
- Shopataleen. (2021). *Shopataleen.com*. <https://shopataleen.com/>

- Shopee. (2021). *Toko Online SHOPATALEEN Official Shop* | Shopee Indonesia.
<https://shopee.co.id/shopataleen>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi* / V. Wiratna Sujarweni.
- tabloidpeluangusaha.com. (2022). *Inilah 7 Alasan Bandung Sebagai Pusat Fashion Indonesia Yang Perlu Diketahui - Tabloid Peluang Usaha*.
<https://www.tabloidpeluangusaha.com/inilah-7-alasan-bandung-sebagai-pusat-fashion-indonesia-yang-perlu-diketahui.html>
- timesindonesia.co.id. (2021). *Brand Lokal Tak Kalah Berkualitas, Gozeal Bisa Jadi Solusi Tampil Fashionable* | TIMES Indonesia.
<https://www.timesindonesia.co.id/read/news/335466/brand-lokal-tak-kalah-berkualitas-gozeal-bisa-jadi-solusi-tampil-fashionable>
- Tjiptono, F. dan A. (2015). *Pelanggan puas? tak cukup!*
- Tjiptono, F. dan A. (2019). *Kepuasan Pelanggan* (ED. I.).
- Tokopediakampus. (2022). *Globalisasi - Pengertian, Jenis dan Contohnya* | Tokopedia Kamus. <https://kamus.tokopedia.com/g/globalisasi/>
- Wang, X., Guo, J., Wu, Y., & Liu, N. (2020). Emotion as signal of product quality: Its effect on purchase decision based on online customer reviews. *Internet Research*, 30(2), 463–485. <https://doi.org/10.1108/INTR-09-2018-0415>
- wartapagi.id. (2021). *Cara memilih Barang di Shopee yang Bagus, Aman dan Terpercaya - Warta Pagi*. <https://www.wartapagi.id/2021/05/cara-memilih-barang-di-shopee-yang-bagus.html>

Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 7(1), 233–240. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.248>

Yuliardi, S. (2021). *Apresiasi Brand Lokal Fashion, HerStory Gelar Indonesia Best Local Brand Fashion Awards 2021*. <https://wartaekonomi.co.id/read334711/apresiasi-brand-lokal-fashion-herstory-gelar-indonesia-best-local-brand-fashion-awards-2021?page=1>