

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, M. (2012). *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Andriyanto, R. (2022). [https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-produk-online/#.YxQ\\_\\_HZBxPZ](https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-produk-online/#.YxQ__HZBxPZ). Retrieved from [https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-produk-online/#.YxQ\\_\\_HZBxPZ](https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-produk-online/#.YxQ__HZBxPZ)
- Astuti, L. D. (2020). *Permintaan Fashion Ramah Lingkungan Meningkat Selama Pandemi*. Retrieved from <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/gaya/1305956-permintaan-fashion-ramah-lingkungan-meningkat-selama-pandemi?page=1>
- Baker, J. B. (2007). Marketing Definition: An Analytical Overview. *Antitrust Law Journal*, 74, 7.
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 20. No (2), 142-149.
- Daryanto. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases (Thirteenth)*. New Jersey: Upper Saddle River.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management* (Edisi 12 ed.). Jakarta: Salemba Empat Depdiknas RI.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Iqbal, M., & Sanawiri, B. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: UB Press.
- Iriani, Anggraeni Viranty Bina. (2021). *Manajemen Industri dan Teknologi*.

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021, November 30). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. Diambil kembali dari [Kemenkeu.go.id: https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/](https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/)
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). *Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi*. Jakarta: Laman Kemenperin.go.id. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>
- Kotler, P., & Keller, H. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Industri Pakaian Jadi dan Tekstil Kembali Mengalami Kontraksi 4,08% pada 2021*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/25/industri-pakaian-jadi-dan-tekstil-kembali-mengalami-kontraksi-408-pada-2021>
- Kusumah, R. T., & Suryana, H. (2018). Model Analisis Swot dan Qspm Dalam Pemilihan Strategi Pemasaran Distro Botrock Cianjur.
- Malczewski, J. (1999). *GIS and Multicriteria Decision Analysis*. New York: Wiley.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan. *Cakrawala*, 55-60.
- Monroe et al. (2005). Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical. *Industrial Marketing Management*, 841-847.
- Nadya, N. (2021). *11 Brand Fashion Lokal Bayi dan Anak Paling Stylish*. Retrieved from <https://www.fimela.com/fashion/read/4594768/11-brand-fashion-lokal-bayi-dan-anak-paling-stylish>
- Nuryama, R. (2022). *Penggunaan Internet di Indonesia Pada Tahun 2022*. Retrieved from <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr->

1853617768/penggunaan-internet-di-indonesia-pada-tahun-  
2022#:~:text=TiNewss.Com%20%2D%20Ada%20204%2C,populasi%20  
pada%20awal%20tahun%202022

Puji Hastuti et al. (2020). *Kewirusahaan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran Cetakan ke-3*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. C. (2012). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wahyudi, N. A. (2021). *Harga Bahan Baku Tekstil Melesat, Pengusaha Perlahan Naikkan Harga Jual*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211012/12/1453537/harga-bahan-baku-tekstil-melesat-pengusaha-perlahan-naikkan-harga-jual>

Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang University.

Widianto, A. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PAKAIAN ANAK PADA PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA TBK. 41. Retrieved from <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/178852/1/ARDIAN%20WIDIANTO%20%282%29.pdf>