

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax (*The effect of social media marketing and e-wom on interest to buy geoffmax products*). 18(3), 379–391.
- CNBC Indonesia. (2019). Gairah Industri Fashion Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-3584555/gairahindustri-fashion-indonesia>. (Diakses pada 9 Maret 2022 pukul 10.05)
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Dyah, E. (2021). Lika-Liku Perjalanan Brand Fashion Lokal yang Kini Mendunia. *News.Detik.Com*. <https://news.detik.com/berita/d-5510272/lika-liku-perjalanan-brand-fashion-lokal-yang-kini-mendunia>. (Diakses pada 10 Maret 2022 pukul 08.20)
- Ekarina. (2020). Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri - Merek. *Katadata.co.id*. In *katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>. (Diakses pada 11 Maret 2022 pukul 08.30)
- Husna, A. L., Wijastuti, S., & Sulistiyono, M. N. (2021). Dampak Social Media Dan Word of Mouth Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ayam Geprek 26 Di Mojolaban Sukoharjo. *Jurnal Ganeshwara*, 1(2).
- Katadata. (2020). 50 Merek Lokal Paling Populer. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/merek-lokal>. (Diakses pada 11 Maret 2022 pukul 09.19)
- Kemenperin.go.id. (2019). Industri Pakaian Jadi Catatkan Pertumbuhan Paling Tinggi. *Bisnis.Com*, 2. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190506/257/918857/industri-pakaian-jadi-catatkan-pertumbuhan-paling-tinggi>. (Diakses pada 11 Maret 2022 pukul 09.30)
- Kotler&Keller. (2016a). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler&Keller. (2016b). *Marketing Management*.
- Kotler&Keller. (2016c). *Marketing Management*.
- Nainggolan, I. (2021). 7 Brand Fashion Lokal Indonesia yang Mendunia. *Bukareview*. <https://review.bukalapak.com/fashion/brand-fashion-lokal-indonesia-mendunia-115069>. (Diakses pada 11 Maret 2022 pukul 10.00)
- Perdana, Y. S. (2020). *Bisnis Digital Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0*.

Salemba Empat.

- Prakoso, A. W., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo. *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–14.
- Pusparisa, Y. (2020). Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial: Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapat Informasi. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>.(Diakses pada 12 Maret 2022 pukul 23.00)
- Sapitri, T., Dedy Ansari Harahap, & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di X Shop di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 25–31.
- Sofyan. (2020). Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (S. Y. Suryandari (ed.); 2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sumaa, S., Agus Supandi, S., & Samadi, R. L. (2021). S . Sumaa ., A . S . Soegoto ., L . S . Samadi . Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee, 9(4), 304–313.