

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Vol.6, No.1*.
- Arista E. D., & Astuti S. R. T. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Aset*, 37-45.
- Ariffin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban Achilles di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX Vol. V no 1*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). Infografis penetrasi & pelaku pengguna internet Indonesia 2017. Retrieved from: https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf. Diakses 11 April 2020.
- Brand Finance. (2019). *The annual report on the world's most valuable and strongest apparel brands*. Retrieved from: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-apparel-50-2019-preview.pdf>. Diakses 6 April 2020.
- Benarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I.N. (2019). Pengaruh website design quality, service quality, trust dan satisfaction terhadap repurchase intention (Studi kasus: tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 80-90.
- Cuong, D. T., & Long, N. T. (2020). The impact of service quality and brand image on customer satisfaction and behavioral intention in Vietnam fashion market. *TEST Engineering and Management*, 83, 389-398.

- D'Andrea, G. (2018). *Rethinking the funnel for the Omnichannel age: Are you ready for the retail revolution?*, *IESE Insight*, No. 36, First Quarter 2018, pp 53-58.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada klinik kecantikan cosmetic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 997-1009.
- Ermawati, A. (2018). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap purchase decision. *AGORA Vol. 6, No. 2*.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Fajariah, N., Thoyib, A., & Rahman, F. (2016). Pengaruh brand awareness , perceived quality , dan brand image terhadap brand loyalty pada generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3), 471-480.
- Febiyanti. (2018). Analisis faktor faktor persepsi kualitas, harga dan keputusan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Tasya Cake
Grand Indonesia. (n.d.) Retrieved from: <https://www.grand-indonesia.com/about-grand-indonesia/>. Diakses 9 April 2020.
- Hidayat, A. (2012). Pengertian dan penjelasan penelitian kuantitatif. Retrieved from: <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html>. Diakses 10 April 2020.
- Inditex (n.d.). Retrieved from: <https://www.inditex.com/en/about-us/inditex-around-the-world#country/ID>. Diakses 7 April 2020.
- Inditex (n.d.). Retrieved from: <https://www.inditex.com/en/about-us/inditex-around-the-world#continent/000>. Diakses 7 April 2020.

Inditex (n.d.). Retrieved from: <https://www.inditex.com/en/about-us/our-story>. Diakses 7 April 2020.

Inditex (n.d.). Retrieved from: <https://www.inditex.com/about-us/our-brands/zara>. Diakses 9 April 2020.

Joel, G., Massie, J. D. D., & Sepang, J. L. (2014). Pengaruh motivasi, persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepeda motor matic merek Yamaha Mio di Kota. *Jurnal EMBA*, 1463-1472.

Jufidar, Abbas F., & Safwadi I. (2019). Pengaruh persepsi kualitas produk, merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian skuter metik merek Honda di kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora*, 14-25.

Mason, R. D., Lind, D. A., & Marchal, W. G. (1999). *Statistical techniques in business and economics*. Irwin McGraw-Hill.

Maghfiroh, A., Ariffin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa program studi administrasi bisnis tahun angkatan 2013/2014 fakultas ilmu administrasi universitas Brawijaya Malang pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40 No. 1.

Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 119-128.

Ningsih, E. S. (2017). Analisis pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli baju eceran di Solo

Nugroho, D. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh promosi penjualan dan *celebrity endorser* terhadap niat beli fashion *brand* lokal Giyomi pada generasi Y dan Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 8 Nomor 4.

- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, Vol. IV, No. 2.
- Prasetio, C. (2012). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada Apple iPhone). Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). *Among Makarti*, 10(19).
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol.14, No.2.
- Ruslim, T. S., & Andrew, R. (2012). Pengaruh brand image dan product knowledge terhadap purchase intention (Kasus: kosmetik merk "X"). *Karya Ilmiah Dosen*.
- Sauddin, A., & Ramadhani, N. S. (2018). Analisis pengaruh keterampilan mengajar, emosi mahasiswa, tekanan akademik dan perceived academic control terhadap prestasi akademik mahasiswa menggunakan pendekatan sem-pls. *Jurnal MSA*, 6(1), 6-12.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach (7th edition)*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sheft-Ason, J. (2011). *ZARA to launch online shopping in September*. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/jessicasheft-ason/2011/08/03/zara-to-launch-online-shopping-in-september/#5462d6556faa>. Diakses 11 April 2020.
- Sondakh, C. (2013). Kualitas layanan, citra merek dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah tabungan (Studi pada nasabah taplus BNI cabang manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Spssstatistik.com*. (2016). Retrieved from: <https://www.spssstatistik.com/uji-validitas-dan-reliabilitas-dengan-spss/>. Diakses 10 April 2020.

- Study.com. (n.d.). *Research methodology: Approaches & techniques*. Retrieved from: <https://study.com/academy/lesson/research-methodology-approaches-techniques-quiz.html>. Diakses 9 April 2020.
- Susanti, F., & Zakaria, Z. (2020). Pengaruh lokasi toko dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada ayam gepuk pak Gembus Padang. *Jurnal Pundi*, 3(2), 151-160.
- Thaib, M., Nazar, R., & Putra, D. (2017). Penerapan CSR pada persepsi mahasiswa sebagai pendukung CSR (CSR Support) di seluruh PT di Bandar Lampung. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 18-35.
- Universitas Ciputra Entrepreneurship Online. (2015). Perilaku konsumen: Definisi dan proses mengenali perilaku konsumen. Retrieved from: <https://ciputrauceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumen>. Diakses 6 April 2020.
- University of British Columbia Library. (n.d.). Retrieved from: <https://guides.library.ubc.ca/companies-s-z/zara>. Diakses 9 April 2020.
- Utami, S. F. (n.d.). Mengenal fast fashion dan dampak yang ditimbulkan. Retrieved from: <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/>. Diakses 6 April 2020.
- Verevka, T. V. (2019). Development of industry 4.0 in the hotel and restaurant business. *IBIMA Business Review*, Vol. 2019 (2019), Article ID 324071, DOI: 10.5171/2019.324071.