

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Agustriyana, N. A. (2017). Fully Human Being Pada Remaja Sebagai Pencapaian Perkembangan Identitas. *JBKI (Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia)*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.26737/jbki.v2i1.244>
- Anwar, S. (2009). *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner, dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barthes, R. (1990). *The Fashion System*. Berkeley CA: University of Valifornia Press.
- Bazar Diskon Mothercare Hingga Coach di Senayan City. (2017). *REPUBLIKA*.
- Chodijah, D. (n.d.). *Mata Kuliah Pengelolaan Busana*.
- D, B. M. (2019). Perbedaan Pembelian Impulsif pada Produk Pakaian Anak Antara Ibu Berkerja dan Ibu Rumah Tangga.
- Darmaningsih & Sunaryati Imban. (1985). *Pembuatan Busana Bayi dan Anak*. Jakarta: Depdikbud.
- Dian Novita, Achmad Fauzi DH, L. D. (2018). PENGARUH TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Wanita butik Ria Miranda Cabang Malang).
- Dimiyati, A. H. (2014). *Model Kepemimpinan & Sistem Pengambilan Keputusan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Drs. Ridwan, M. B. A. (2009). *Belajar Mudah Penelitian untuk guru, Karyawan dan Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Farrel, O. C. & H. (2011). *Marketing Strategy* (fifth). Mason Cengage Learning.
- Eugenia, M., Sita, W., Budhi, I., Dennis, B., & Benedict, Y. (2014). (Economic Impact of Counterfeiting in Indonesia).
- Gusti, L. S. & H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Priaman.

- Hasanah, U. (2011). *Membuat Busana Anak*. Jakarta: PT Ranaja Rosda.
- Herlinda, W. D. (2017). tips-parenting-biarkan-si-kecil-memilih-bajunya-sendiri. Retrieved from <https://m.bisnis.com/>
- Kharis, I. F. (2011). Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online, 1–60.
- Khasanah, M. (2016). faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Busana Muslim.
- Konsumtif, P. (n.d.). Perilaku Konsumtif Pada Produk Replika (Counterfeit Product) sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta Consumerist Behavior on a Counterfeit Product as a Lifestyle of the Yogyakarta State University ' s Student.
- L.P, S. L. & E. (2015). Pengaruh Presepsi Orang Tua Tentang Keinginan Anak dan Anak Sebagai Pemengaruh Terhadap Keputusan Beli Orang Tua.
- Mardalis, A. (2009). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen. *Islam Zeitschrift Für Geschichte Und Kultur Des Islamischen Orients*, 3(2), 123–135.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Saputra, D. (2013). Busana Anak-anak harus Sesuai Umur Mereka.
- Seny Febiola, O. S. & I. T. (n.d.). Potongan Harga dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak pada Matahari Megamas Manado.
- Sukamadinata, P. N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Sukamto, D. (2003). *Membuat Busana Anak*. Jakarta: PT Kuwon Pustaka.
- Tips-Memilih-Pakaian-Anak. (2015). Retrieved from <https://www.motherandbaby.co.id/>
- Widiyarti, Y. (2018). Hati-hati Memilih Baju Anak Perempuan, Jangan Mirip Orang dewasa .
- Yuswohady. (2008). Menarget Pasar Ibu.