

## DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, A. S., Prakash, A., Saxena, P., Nigam, A., & Acharya, A. S. (2013). *Sampling: Why and How of it? Symposium Sampling: Why and How of it?*, 330-333. <https://doi.org/10.7713/ijms.2013.0032>
- Adhimusandi, D., Sudirman, H. A., & Militina, T. (2020). *The Impact of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image, Purchase Intention, and Purchase Decision (Study on The Body Shop in Samarinda)*. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 4(4),987-998. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Anissa, widiarini dea. (2020). 3 Faktor Pentingnya Inovasi untuk Keberlangsungan Bisnis. *Kompas*, 1. <https://money.kompas.com/read/2020/05/14/160300826/3-faktor-pentingnya-inovasi-untuk-keberlangsungan-bisnis>
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68-81.
- Aulia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada depot Pak Qomar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1-12.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355–369.
- Belajar dari “Si Tukang Jahit” Miliuner Pendiri Uniqlo*. (n.d.). Retrieved February 8, 2021, from <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20190616130855-25-78618/belajar-dari-si-tukang-jahit-miliuner-pendiri-uniqlo>
- Brand Fashion Terpopuler Di Dunia Tahun 2020 - 4muda.com*. (n.d.). Retrieved

January 20, 2021, from <https://www.4muda.com/brand-fashion-terpopuler-di-dunia-tahun-2020/>

Cahyani, N. S., Lapian, S. L., & Tumiwa, J. (2017). *The Effect of Brand Image, Perceived Price, and Perceived Quality on Consumers' purchase Decision of Pond's Skin Care Product*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 354 - 362 .

*Cara Mudah Membedakan Kaos Distro Ori dan Kaos Biasa*. (n.d.). Retrieved February 11, 2021, from <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2021/01/06/130839/cara-mudah-membedakan-kaos-distro-ori-dan-kaos-biasa?page=all>

Deisy, M., Lapian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai & Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20997>

Desiyusman Mendrofa. (2020). *Fashion Jadi Produk Terfavorit Semua Kalangan Konsumen Sepanjang 2019*. Femina. <https://www.femina.co.id/biznews/fashion-jadi-produk-terfavorit-semua-kalangan-konsumen-sepanjang-2019->

Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 109-119.

Djatzmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>

Dr. Sumardi, M. H. (2020). *Teknik Pengukuran Dan Penilaian Hasil Belajar*.

Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=iWoYEAAAQBAJ>

Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ>

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.

Esa Negara, A. . N. D., Arifin, Z., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 194–201. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2590>

F. Kurniawan, D. (2018). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 56(1), 75–81. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2319>

*Fast Fashion, Explained - DU EXPRESS*. (n.d.). Retrieved February 3, 2021, from <https://duexpress.in/fast-fashion-explained/>

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.

Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1–20.

Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk,

Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221 - 2229.

Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun instrumen Penelitian & Uji Validasi Reabilitas*. Health Books Publishing.

<https://books.google.co.id/books?id=0dAeEAAAQBAJ>

Hilaliyah, S. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang di Moderasi oleh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 172-187.

Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2019). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi Spss dan Statcal: Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.

[https://www.google.co.id/books/edition/ANALISIS\\_DATA\\_STATISTIK\\_PARAMETRIK\\_APLIK/axjGDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/ANALISIS_DATA_STATISTIK_PARAMETRIK_APLIK/axjGDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)

Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127.

<https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>

IDN Times. (2020). *6 Fakta Menarik Uniqlo, Brand Fashion Legendaris dari Jepang*. <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/eliza/6-fakta-menarik-uniqlo-brand-fashion-legendaris-dari-jepang-c1c2-1/6>

Irmawartini. (2017). *Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi*. In *Rake Sarasin*. Syiah Kuala University Press.

[http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/11/Daftar-isi-Metodologi-Penelitian\\_k1\\_restu.pdf](http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/11/Daftar-isi-Metodologi-Penelitian_k1_restu.pdf)

Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165–174.

Jenama, P., Kesetiaan Jenama, A., Pengantara, K., Jenama, K., Empirikal, K., Hashed, ), Mabkhot, A., Shaari, H., & Salleh, S. M. (2017). The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty, Mediating by Brand Trust: An Empirical Study. *Jurnal Pengurusan*, 50(0), 71–82.  
<https://doi.org/10.17576/pengurusan-2017-50-07>

Juhaeri, J. (2020). The Influence of Brand Image, Service Quality, Price Perception and Trust on the Purchase Decision of Welding Workshop Welding Wwww.Kanopirumah.Com. *PINISI Discretion Review*, 2(1), 17.  
<https://doi.org/10.26858/pdr.v2i1.13219>

Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.

Kausuhe, J. N., Worang, F. G., & Gunawan, E. M. (2021). The Influence of Brand Image and Country of Origin on Purchase Decision of Oppo Smartphone in Manado Pengaruh Citra Merek dan Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Manado. *207 Jurnal EMBA*, 9(1), 207–215.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32041>

Khotib, M. (2019). The Influence Of Reference Group, Brand Image And Internet Marketing On Buying Decision. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 134–141.

Kurniawan, R. (2016). *Analisis regresi*. Prenada Media.

Lotulung, S. C., Lopian, J., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv. Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 817-826.

Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 1-11.

- Lusiana, E. D., & Mahmudi, M. (2020). *Teori dan Praktik Analisis Data Univariat dengan PAST*. Universitas Brawijaya Press.  
<https://books.google.co.id/books?id=ux78DwAAQBAJ>
- Madyan, I. S., & Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 98–105.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Membuka UNIQLO Toko Kesepuluh di Mall PIK Avenue, Jakarta | UNIQLO ID.* (n.d.). Retrieved February 18, 2021, from [https://www.uniqlo.com/id/corp/pressrelease/2016/09/membuka\\_uniqlo\\_toko\\_kesepuluh.html](https://www.uniqlo.com/id/corp/pressrelease/2016/09/membuka_uniqlo_toko_kesepuluh.html)
- Mengenal Istilah Fast Fashion dan Sustainable Fashion - Fashion Fimela.com.* (n.d.). Retrieved February 3, 2021, from <https://www.fimela.com/fashion-style/read/3987700/mengenal-istilah-fast-fashion-dan-sustainable-fashion>
- Morrisan, M. A. (2012). *Metode penelitian survei*. Kencana.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nilasari, I., & Saudi, M. H. M. (2019). Do product features and brand image influence consumers' decision to purchase the Suzuki Ignis in Bandung Indonesia? In *International Journal of Innovation, Creativity and Change* (Vol. 6, Issue 6), 256-267. [www.semisena.com/31470/strategi-suzuki-](http://www.semisena.com/31470/strategi-suzuki-)

mendongkrak-penjualan-

*Okidoki, Ritel Fast Fashion Terbaru di Indonesia.* (n.d.). Retrieved February 3, 2021, from <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4746971/okidoki-ritel-fast-fashion-terbaru-di-indonesia>

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55-79.

Permana, G. P. L., & Yoga, I. M. S. (2018). Adaptasi Model Bisnis Uniqlo dengan Mengadopsi Canvas Business Model dan 360° Business Model. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 111–123.

Pertiwi, M. I., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 188–195.

Pristiyono, N. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Pajero Sport pada Pt. Sumatera Berlian Motor Rantauprapat. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 24–35.  
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.687>

*Proyeksi Bisnis Dunia Di 2020 Membaik! Ini Pilihan Tren Bisnisnya.* (n.d.). Retrieved February 8, 2021, from <https://www.cekaja.com/info/proyeksi-bisnis-dunia-di-2020-membaik-ini-pilihan-tren-bisnis-yang-bisa-dilirik>

Purwanto, U. Y., & Suharyono, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen Malang Strudel di Outlet Singosari, Kab. Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 1–5.

Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen

(Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 124–131.

Rinandiyana, L. R., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh generasi milenial pada industri kuliner di kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(1), 18–27.

Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457–478.

Rochmat Aldy Purnomo, S. E. M. S., & S, P. C. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.

<https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ>

Ruslim, A. C., & Tumewu, F. J. (2015). The Influence of Advertisement, Perceived Price, and Brand Image on Consumer Buying decision to Asus Mobile Phone. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 393-401.

Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 291–297.

Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Deepublish.  
<https://books.google.co.id/books?id=KB3sDwAAQBAJ>

Shartykarini, S., & Firdaus, M. R. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru). *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 4(1), 39–52.



- Siagian, D. (2000). *Metode statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=saZED8D4mpsC>
- Situmorang, S. H. (2010). *Aplikasi Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USUpress. <https://books.google.co.id/books?id=ZjUWxHJWO4AC>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Soegoto, E. S. (2018). Implementing Laravel framework website as brand image in higher-education institution. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1), 12066.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Sukmadinata Syaodih, N. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. In *Bandung: Pustaka Setia*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=uTbMDwAAQBAJ>
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74-85.
- Suryani, S., & Hendriyadi, H. (2016). *Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Prenada Media.
- Sutrisno, T. F. C. W., Gosal, G. G., & Hernandes, S. F. (2020). The Role of Product Quality and Price Perception in affecting Purchase Decision (Study on Milkmo Product). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 95. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.398>
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=SizGDwAAQBAJ>

- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1-10.
- Tribunnews. (2016). *Ini yang Menyebabkan Brand Fashion Internasional Unggul Dibanding Lokal - Tribunnews*.  
<https://www.tribunnews.com/lifestyle/2016/07/01/ini-yang-menyebabkan-brand-fashion-internasional-unggul-dibanding-lokal>
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Gramedia Pustaka Utama.  
<https://books.google.co.id/books?id=ihn8T5S8HaQC>
- Uniqlo. (2020). *Interview with the CEO / FAST RETAILING CO., LTD*.  
<https://www.fastretailing.com/eng/ir/direction/interview.html>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193.
- Webinar Festival UMKM: Cara Memulai Bisnis Fashion untuk Milenial - kumparan.com*. (n.d.). Retrieved February 18, 2021, from  
<https://kumparan.com/millennial/webinar-festival-umkm-cara-memulai-bisnis-fashion-untuk-milenial-1uJKa921iyQ/full>
- Wibowo, I., & Samad, A. (2016). Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. *Jurnal*

*Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3).

Wijaya, A. G., & Zulfa, M. (2017). The Effect of Word Of Mouth, Price Perception, Brand Image and Trust on Purchase Decision Using Purchase Intention as an Interveningvariable (Study at Middle Class Housing in Semarang). *International Journal of Islamic Business Ethics*, 2(3), 1. <https://doi.org/10.30659/ijibe.2.3.1-12>

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.

Yulianti, T. (2016). *Perilaku Organisasi 1 (ed. 12) HVS*. Penerbit Salemba. [https://books.google.co.id/books?id=IwrWupB1rC4C&pg=PR3&lpg=PR3&dq=Robbins,+Stephen+P.%5Cn+Judge,+Timothy+A.+\(2008\).+Perilaku+Organisasi&source=bl&ots=i8kD2ub55-&sig=1WKH6R\\_BCW0JX5eHovjX0ja4gmw&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjgh4yAuejLAhXGC44KHcRkC6IQ6AEIHTAA#v=on](https://books.google.co.id/books?id=IwrWupB1rC4C&pg=PR3&lpg=PR3&dq=Robbins,+Stephen+P.%5Cn+Judge,+Timothy+A.+(2008).+Perilaku+Organisasi&source=bl&ots=i8kD2ub55-&sig=1WKH6R_BCW0JX5eHovjX0ja4gmw&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjgh4yAuejLAhXGC44KHcRkC6IQ6AEIHTAA#v=on)

Yulistara, A. (2018). *60% Orang Indonesia Pilih Beli Produk Asing Ketimbang Lokal*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180326194751-33-8635/60-orang-indonesia-pilih-beli-produk-asing-ketimbang-lokal>