

DAFTAR PUSTAKA

- Baehaki, M. F. (2021). *Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Manfaatnya Bagi Perkembangan Bisnis*. Cxsense. <https://cxsense.com/id/artikel/pentingnya-kepuasan-konsumen-dan-manfaatnya-bagi-perkembangan-bisnis-id>
- Bahar, R. W. (2021). *Kisah Sukses Linda, Buttonscarves Kolaborasi dengan Disney*. PT Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/brand-profile-buttonscarves-fsw/>
- Daga, R. S. . M. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (Prof. D. H. M. E. Upu, Ed.; 1st ed.). Global Research and Consulting Institute.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 3(Vol. 3 No. 1 (2015): Jurnal EMBA, Hal 1204-1323), 1313–1322.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas* (N. A. Aziz, Ed.; 1st ed.). Health Books Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=0dAeEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press. <https://play.google.com/books/reader?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=GBS.PR2&hl=id>
- Irianto, D. (2019, November 20). *Pakai Buttonscarves dijamin tak akan menyesal, ini alasannya!* Lensaindonesia.Com. <https://www.lensaindonesia.com/2019/11/20/pakai-buttonscarves-dijamin-tak-akan-menyosal-ini-alasannya.html>
- Kartini, K. (2020). *Pengalaman Dalam Selembur Kain Buttonscarves*. <https://modest.id/article/pengalaman-dalam-selembur-kerudung-buttonscarves->
- Korowo, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6, No. 3.
- Kotler, P., & Armstrong, N. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Wi. Hardani, Eds.; 13 Jilid 1). Penerbit Erlangga.
- Novriilya, M. C., & Mariah. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen ZARA di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 8, No 4. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/1679/589>

- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rijiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., CPA, A., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.; 1st ed.). PT. Nasya Expanding Management.
https://www.academia.edu/72487216/Ebook_Teori_Perilaku_Konsumen_pdf
- Ramdhani, N. (2019). *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Busana Muslim*. Universitas Negeri Jakarta.
- Ratnawati, Nurliana, & Rzali. (2014). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas dan Harga Daging Sapi Yang Dijual di Kota Banda Aceh. *Laboratorium Kesehatan Masyarakat Veteriner Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Syiah Kuala*, 14(vol (14) No.2: 125-131), 125–131.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (N. WK, Ed.; 1st ed.). C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 8, 334.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (M. Dr. Ir. Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (S. H. , M. P. Setiyawan, Ed.; Vol. 3). ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2021b). *Statistika Untuk Penelitian*. ALFABETA, cv.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (T. R. CAPS, Ed.; 1st ed.). Center for Academic Publishing Service.
- Tashandra, N. (2020, March 30). “Buttons carves, Berawal dari Ingin ‘Pede’ Saat Berhijab.” *Kompas.Com*.
- Thoifah, I. (2015). *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sukmawati, Ed.). Madani.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV. ANDI OFFSET.