

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2023 Tumbuh 0,54 Persn (y-on-y)*. Diakses Melalui <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/05/2379/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2023-tumbuh-5-04-persen--y-on-y-.html>, pada 25 April 2024.
- Buttle Francis. (2010). *Customer Relationship Management*. Bayu Media.
- Erigo. (2024). *Erigo*. Diakses Melalui <https://erigostore.co.id/>, pada 25 April 2024.
- Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Febrianti, Eka Hikmania dan Anggreini Nova. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word of Mouth dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. NERACA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. 1(1), 226-239.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Handi, Irawan. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kerlinger. (1973). *Multiple Regression in Behavioral Research*. New York : Holt, Rineheart & Winston, Inc.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P, (2009), *Manajemen Pemasaran*. Ed Mileium. Molan B. Penerjemah. Jakarta: Prenhallindo. Terjemahan dari : Marketing Management.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kuswandi, (2004). *Cara mengukur Kepuasan Karyawan*, Elex Media, Jakarta
- Laksono, Widi Dimas, Ferdiana, Elvia dan Rinaldo,Rino. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pakaian Merek Erigo di Kota Tengerang*. ARRBITRASE: Journal of Economics and Accounting. Vol. 4, No.2, 204-211.
- Lina. (2024). *Industri Fashion Indonesia Sumbang 17 Persen Dari Nilai Ekonomi Kreatif*. Diakses Melalui <https://pelakubisnis.com/2024/01/industri-fesyen-indonesia-sumbang-17-persen-dari-nilai-ekonomi-kreatif/?amp=1>, pada 25 April 2024.

- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga. PT Agro Media Pustaka
- Riyono, & Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas , Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni 2016 , 101.
- Samuel, Hatane, (2007), “Perilaku Dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount Di Surabaya”, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Sangadji, E.M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Sheth J. N.(2010). *The Theory of Buyer Behavior*. New York. John Wiley.
- Slovin, M.J. (1960). *Sampling*, Simon and Schuster Inc., New York.
- Soedarmo, Hartoto. (2006). *Menjadi Kaya Dengan UKM Otomatis Roda Dua*. Tangerang:
- Subianto, Totok. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3, No. 3. X
- Woodruff, Robert B. (1997). Customer Value : The Next Source for Competitive Advantage, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25, No. 2, 139 – 153.