

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing: An Introduction*. Pearson.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, J. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hikmawati, D. F. (2020). *Metodologi Penelitian*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Keller, K. L. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management 16e*. Pearson.
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Berbelanja*. Gowa - Sulawesi Selatan - Indonesia: Pusaka Almaida.
- Manik, E., Oktafani, F., Sari, D. A., Widiyawati, Pidola, V. A., Susiyanto, . . . Febrianty. (2022). *Manajemen Pemasaran Kontemporer (Teori dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Santoso, S. (2018). *Statistikan Multifariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran Jasa*. ANDI.

Jurnal

- Akbar, F. G., Dr. Ir. Husni Amani, M. S., & Sari Wulandari S.T., M. (2020). Perancangan Atribut Produk Tas Scratchline berdasarkan Preferensi Konsumen menggunakan Metode Conjoint Analysis. *Open Library Telkom University*.
- Anderson, L., & Thompson, M. (2020). Factors Influencing Consumer Choice of Leather Goods. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 123-138.
- Arianto, M. D., Sukarsa, K. G., & Srinadi, I. G. (2024). Analisis Konjoin Full-Profile untuk Mengetahui Preferensi Konsumen pada Produk Sepatu. *Journal Scientific of Mandalika*.
- Ben-Akiva, M., McFadden, D., & Train, K. (2019). Foundations of State Preference Elicitation: Consumer Behavior and Choice-based Conjoint Analysis. *Foundations and Trends in Econometrics*, 4.
- Bhanuwati, A. D., & Suryawardani, B. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada TikTok Shop @eigeradventurecom Tahun 2023. *e-Proceeding of Applied Science*.
- Debarshi, B., Dasgupta, R., & Bandyopadhyay, A. K. (2020). Impact of Market Segmentation and Product Positioning on Consumer Buying Behavior. *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, 1-10.
- Herdayati, & Syahrial. (2019). Desain Penelitian Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian. *Jurnal Online Internasional*, 3.
- Hwang, J., Lee, J. S., & Kim, H. (2019). Perceived Innovativeness of Drone Food Delivery Services and Its Impacts on Attitude and Behavioral Intentions: The Moderating Role of Social Food Motivation. *International Journal of Hospitality Management*, 94-103.

- Ilyas, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Kota Bandung. *Open Library Telkom University*, 32.
- Junaedi, M. A. (2018). Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Bus Pariwisata (Studi Kasus Pengguna Bus Pariwisata Masyarakat Bandung Tahun 2018). *Open Library Telkom University*.
- Kaulika, I. D., Suryawardani, B., & Cahyani, L. (2023). Analisis Service Quality Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada Coffee Alumni Bandung Tahun 2023. *e-Proceeding of Applied Science*, 2831.
- Konuk, F. A. (2019). The Influence of Perceived Food Quality, Price Fairness, Perceived Value and Satisfaction on Customers Revisit and Word of Mouth Intentions Towards Organic Food Restaurants. *Journal of Retailing and Customer Services*, 103-110.
- Lestari, E. R. (2023). Analisis Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Kampong Radjoet Tahun 2023). *Open Library Telkom University*, 14-28.
- Maharani, L., Mustikasari, A., & Nellyyaningsih. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Yamaha, 2020). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Manik, E., Oktafani, F., Sari, D. A., Widiyawati, Pidola, V. A., Susiyanto, . . . Febrianty. (2022). *Manajemen Pemasaran Kontemporer (Teori dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Martin-Consuegra, D., Diaz, E., Gomez, M., & Molina, A. (n.d.). Examining Consumer Luxury Brand-Related Behavior Intentions in a Social Media Context: The Moderating Role of Hedonic and Utilitarian Motivations. *Physiology & Behavior*, 104-110.
- Muhaimin, Y. N. (2023). Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Jasa Food Delivery di Indonesia. *Open Library Telkom University*, 18-23.

- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Boci Baso Aci (Studi Kasus pada PT AA Mapan Perkasa Tahun 2020). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Murniati, S. M., & Mustikasari, A. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Add-On Indihome pada PT. Telkom Witel Bandung 2021. *e-Proceeding of Applied Science*, 992.
- Nalini, W. N., Rohayati, Y., & Kusmayanti, I. N. (2022). Perancangan Perbaikan Atribut Produk T-Shirt CV Nakhoda Nusantara berdasarkan Preferensi Konsumen menggunakan Metode Conjoint Analysis. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 167.
- Noor, S. M., & Suryawardani, B. (2023). Analisis Social Media Marketing CV Aifie One pada Akun Instagram @aifie_one Tahun 2023. *e-Proceeding of Applied Science*.
- Nurfauzy, C. R. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Membentuk Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Toko Ritel Modern. *Open Library Telkom University*, 14.
- Setiawan, A. D., Amani, H., & Dellarosawati, M. (2020). Perancangan Atribut Identity Holder pada Monze Leather Berdasarkan Preferensi Konsumen dengan Metode Conjoint Analysis. *Open Library Telkom University*.
- Shidrawi, G. R. (2019). Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Sepatu Berbahan Dasar Kulit: Analysis of Consumer Preference in Choosing Leather Shoes. *Open Library Telkom University*.
- Siahaan, R. E., & Mustikasari, A. (2021). Survey Minat Konsumen Melakukan Pembayaran Pembelian BBM Menggunakan Aplikasi Link Aja di Kota

- Bandung (Studi Kasus Pelanggan Link Aja Daerah Kota Bandung). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Smith, J., & Jones, K. (2021). Consumer Preferences for Leather Fashion Products. *Journal of Consumer Research*, 456-472.
- Suryawardani, B., Febrianta, M. Y., Wulandari, A., Marcellino, D., Prawita, F. N., Tantra, T., & Satrya, G. B. (2023). Upaya Peningkatan Produktivitas CWS Batununggal Bandung Melalui Penggunaan Augmented Reality, Social Media Analysis dan Enterprise Resource Planning. *Prosiding PKM-CSR*.
- Tawandee, P., & Phayonlerd, Y. (2022). The Influence of Consumers Preferences on Purchasing Decisions of Organic Cosmetic Products in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 235-243.
- Trivani, D. R. (2024). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Studi Pada The Sage Cafe and Resto Bandung Tahun 2024. *Open Library Telkom University*.
- Wijayaningrum, M. R., & Mustikasari, A. (2023). Dampak Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus Pada Instagram PT Sasana Solusi Digital Tahun 2023). *e-Proceeding of Applied Science*.

Website

- Perkembangan Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan II 2023*. (2023, September 13). Retrieved from PDSI Kementerian Perdagangan: <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perkembangan-produk-domestik-bruto-indonesia-triwulan-ii-2023>
- Tren Fesyen 2023 di Indonesia, Wastra Menjadi Unggulan*. (2023, Februari 18). Retrieved from Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan>