

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2015). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Barletta, M. (2003). *Marketing to Women*. Chicago: Dearborn Trade Publishing.
- Bristor, J. M., & Fischer, E. (1993). Feminist for Thought : Implications Consumer. *Journal of Consumer Research*, 19(4), 518–536.
- Destiana, H., & Hadidah, A. (2016). Sistem Informasi Penjualan Accessories Berbasis Web Pada Toko Fahmi Jakarta. *Paradigma*, XVIII(1), 1–7.
- Dyah, H. A., & Iqbal, M. (2018). ANALISIS SEGMENTASI PASAR FASHION WANITA BERDASARKAN MOTIF PEMBELIAN DAN SHOPPING LIFESTYLE (Survei pada Konsumen Fashion Item Wanita di Kota Surabaya dan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 64(2).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen ( Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang ) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior S. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*, 1–23.
- Ghozali, I. (2016). . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2010). . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hendariningrum, R., & Susilo, E. M. (2008). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42>
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. In S. E. Adi Maulana & M. M. Wibi Hardani (Eds.), *Manajemen Pemasaran* (ketiga bel).
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Li, Y., Li, Z., Liu, Y., & Teng, Y. (2015). *The impact of women consumers' psychology and behavior on marketing strategies*. (Isss), 405–408. <https://doi.org/10.2991/iss-15.2015.75>

- Pratiwi, K. I., & Mandala, K. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Kebaya Bordir Pada Jegog Ayu Boutique Di Kuta*. 4(11), 3619–3645.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. 6(12), 112–129.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susanto, M. A., & Indrojarwo, B. T. (2016). Desain Aksesoris Fashion Wanita Urban Dengan Eksplorasi Material Kaca. *Jurnal SAINS Dan SENI ITS*, 5(2), F-380-F385.
- Yayasan Jurnal Perempuan. (2016). Konferensi Internasional Feminisme: Persilangan Identitas Agensi dan Politik. *Jurnal Perempuan*, 53(9), 1689–1699.

