

DAFTAR RUJUKAN

Buku:

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: CV. Alfabeta
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Berman, Barry, & Evans, J.R. (1998). *Retail Management: Strategic Approach*. New Jersey: Prentice Hall
- Clark, J. (2015). *Fashion Merchandising: Principles and Practice*. London: Palgrave
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa
- Effendy, O.U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktiknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta
- Herjanto, E. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi ke 2, Jakarta: PT Grasindo
- Kasali, R. (2010). *Wirausaha Muda Mandiri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Indonesia
- Pramudiana, Y., Ariyanti, M., & Rubiyanti, N. (2015). *Marketing Plan*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta: Gramedia
- Levy & Weitz. (2004). *Retailing Management*. New York: McGrawHill
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Nafarin, M. (2004). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Natsir, M. (1999). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalis Indonesia
- Rusdiana. (2014). *Manajemen Operasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Sanjaya, W. (2007). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Semiawan, C.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Siyoto, S., Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sudjana, Nana. (2009). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sinaga dan Hadiati. (2001). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sudijono, A. (2011). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugihartono, dkk. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press
- Suhartanto, D. dkk. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Stevenson, J.W. (2002). *Operation Management*. New York: McGrawHill
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi

Annisa Juliany, 2019

MANFAAT HASIL BELAJAR FASHION MERCHANDISE SEBAGAI KESIAPAN MENJADI FASHION
MARKETER DI INDUSTRI RITEL BIDANG BUSANA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
 Tull, D.S., & Kahle, L.R. (1990). *Marketing Management*. New York: Macmillan
 Publishing Company

Artikel Jurnal:

- Gani. S. (2017). Menakar Fashion Indonesia Menuju 2025. Artikel: Satu Satu.
 Diakses dari <http://satusatu.id/menakar-fashion-indonesia-menuju-2025/>
- Hendariningrum, R., & Susilo, E. (2008). *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan
 Komukasi*. Jurnal: Ilmu Komunikasi, 6, 25-32. doi:
[https://media.neliti.com/media/publications/103100-ID-fashion-dan-gaya-
 hidup-identitas-dan-kom.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/103100-ID-fashion-dan-gaya-hidup-identitas-dan-kom.pdf)
- IADT, Fashion Design and Merchandising. Diakses di
[http://www.iadt.edu/student-life/iadt-buzz/april-2011/what-is-fashion-
 merchandising](http://www.iadt.edu/student-life/iadt-buzz/april-2011/what-is-fashion-merchandising)
- Iannone, R., dkk. (2013). *Merchandise and Replenishment Planning Optimisation
 for Fashion Retail*. Jurnal: International Journal of Engineering Business
 management Special Issue on Innovations in Fashion Industry. 5, 1-14. doi:
<https://hrcak.srce.hr/10.57772/56836>
- Rasyid. D.D & Herdiansyah, F.R. (2016). *Seminar Bisnis Fashion*. Diakses dari
[https://www.academia.edu/29974349/UNIVERSITAS_INDONESIA_Semin
 ar_Bisnis_Fashion_Marketing_Kelompok](https://www.academia.edu/29974349/UNIVERSITAS_INDONESIA_Seminar_Bisnis_Fashion_Marketing_Kelompok)
- Utomo, T.J. (2010). *Lingkungan Bisnis Ritel dan Persaingan Bisnis Ritel*. Jurnal:
 Fokus Ekonomi, 5, 70-80. Doi: [stiepena.ac.id/wp-
 content/uploads/2012/11/pena-fokus-vol-5-no-1-70-80.pdf](http://stiepena.ac.id/wp-content/uploads/2012/11/pena-fokus-vol-5-no-1-70-80.pdf)
- Widiyanesti, S. & Setyorini, R. (2012). *Penentuan Kriteria Terpenting dalam
 Pemilihan Supplier di Family Business dengan Menggunakan Pendekatan
 Analyic Hierarchy Process (AHP)*. Jurnal: Riset Pemasaran. doi:
ejournal.upi.edu/index.php/image/article/download/2321/1615
- Weinswig, D. (2015). Uk, Supermarket Fashion: Big Players Facing New Threats.
 Artikel: Fung Business Inteligence Centre. Diakses di
<https://www.fbicgroup.com/>

Skripsi:

- Ristiana, E. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion
 Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) di
 Yogyakarta*. (Skripsi). Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
 Negeri Yogyakarta.
- Savitrie, D. (2008). *Pola perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen
 Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswi DE UI dan Pengunjung Butik
 N.y.l.a)*. (Skripsi). Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
 Indonesia.
- Yusara, I. (2016). *Manfaat Hasil Belajar Tren Mode Sebagai Kesiapan Menjadi
 Fashion Buyer di Specialty Store*. (Skripsi). Departemen Pendidikan
 Kesejahteraan Keluarga, Universitas Pendidikan Indonesia.

Dokumen:

- Depkes RI. (2009). *Kategori Usia*. Jakarta: Kementrian Kesehatan Republik
 Indonesia
- Utami, W.N. (2017). *Silabus Mata Kuliah Fashion Merchandise*. Bandung:
 Universitas Telkom

Annisa Juliany, 2019

MANFAAT HASIL BELAJAR FASHION MERCHANDISE SEBAGAI KESIAPAN MENJADI FASHION
 MARKETER DI INDUSTRI RITEL BIDANG BUSANA
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Internet:

- Adicondro, Y.Y. (2017). Strategi Operasi. [online]. Diakses dari <https://www.slideshare.net/YesicaYulianAdicondr/strategi-operasi-80272443>
- Apriyani, H. (2015). Strategi Pemasaran. [online]. Diakses dari <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/5812/Bab%202.pdf?sequence=10>
- Ayu, D. R. (2017). *Komunikasi Visual*. [online]. Diakses dari <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-komunikasi-visual/3797>
- Sunarta. (2007). Riset Pemasaran. [online]. Diakses dari <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/lain-lain/sunarta-se-mm/MODUL%20RISET%20PEMASARAN.pdf>
- Wening, S. (2012). *Manajemen Produksi Tekstil dan Fashion*. [online]. Diakses dari staffnew.uny.ac.id/upload/.../Manajemen+produksi+Tekstil+dan+Fashion.pdf