

DAFTAR PUSTAKA

- Kastori, R. (2023, Juni 23). *Pengertian fashion menurut ahli*. Kompas.com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/06/23/130000069/pengertian-fashion-menurut-ahli>
- Fajriyanti, I. N., Nurcholisah, K., & Mardini, R. (2022). Dampak Pengetahuan Dasar Akuntansi Wirausahawan Millenial terhadap Keberhasilan Bisnis Fashion. *Jurnal Riset Akuntansi (JRA)*, 2(2), 137-142.
<https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1494>
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Mertayasa, I. G. A., & Nugraha, A. R. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2), 1-15.
<https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13093>
- Heriyadi. (2018). Strategi positioning dalam persaingan bisnis (points of difference dan points of parity). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(3), 261-268.
<https://journal.uin.ac.id/ajie/article/download/10529/8712>
- Marzeni, W., Masrin, I., & Sari, M. K. (2013). Analisis pengaruh strategi positioning produk terhadap citra merek pada konsumen SIM Card simPATI PT. Telkomsel di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat*, 1(1), 1-15.
<https://media.neliti.com/media/publications/29802-ID-analisis-pengaruh-strategi-positioning-produk-terhadap-citra-merek-pada-konsumen.pdf>

