

DAFTAR PUSTAKA

Widiastuti, T., & Fahmi, A. (2020). Strategi Pengembangan UMKM Fashion di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TAJAM: Taman Jurnal Mahasiswa*, 2(2), 109–118.

<https://e-journal.polsa.ac.id/index.php/tajam/article/download/282/189/>

Kristiawan, M., & Suryani, S. (2022). Inovasi Media Promosi dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen terhadap Produk Fashion Lokal. *Jurnal Equilibria Pendidikan*, 5(1), 33–42.

<https://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan/article/download/13763/pdf>

Abidin, M. Z. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen PT Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 48–58.

<https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1499978&title=PENGARUH+FAKTOR+PSIKOLOGIS+PRIBADI+SOSIAL+DAN+BUDAYA+TERHADAP+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+PRODUK+FASHION+SE>

CARA ONLINE Studi Kasus Pada Konsumen PT Lazada Indonesia di Kota Makassar & val=17869&

Aminah, N., & Syahputra, A. H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Lokal di Media Sosial Instagram. *Jurnal Perspektif*, 10(1), 74–82.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/download/22230/6568>

Khotimah, K., & Fatonah, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan Produk Fashion pada UMKM. *Jurnal Pemasaran Strategik dan Manajemen (PSM)*, 1(2), 82–89.
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/40912>

Handayani, D., & Yusnita, A. (2022). Analisis Pemasaran Online terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion pada Marketplace Shopee. *Jurnal 48 Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 257–263.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/7135>

Handayani, D., & Yusnita, A. (2022). Analisis Pemasaran Online terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion pada Marketplace Shopee. *Jurnal 48 Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 257–263.
<https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/JCoB/article/view/657>

Pramita, N. D., & Anshori, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 7(1), 41–50.
<https://media.neliti.com/media/publications/79967-ID-pengaruh-kepercayaan-dan-kenyamanan-terh.pdf>