

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Strategic Management: sustainable competitive advantages edisi 2*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayudia, S. (2020, Oktober 28). *hipwee*. Diambil kembali dari *hipwee.com*: <https://www.hipwee.com/style/fenomena-baju-branded/>
- Ayudia, S. (2020, Oktober 28). *Hipwee.com*. Diambil kembali dari *Hipwee*: <https://www.hipwee.com/style/fenomena-baju-branded/>
- Bayu, D. J. (2020, November 11). <https://databoks.katadata.co.id/>. Diambil kembali dari databooks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Bekraf. (2016). *Bekraf*. Diambil kembali dari *Bekraf.go.id*: <https://bekraf.go.id/>
- BPS. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2016*. Diambil kembali dari *bps.go.id*: <https://www.bps.go.id/publication/2018/04/09/74b5c165025132e98a36c8f0/ekspor-ekonomi-kreatif-2010-2016.html>
- Bunkharisma, W. (2019, September 15). *Kompasiana*. Diambil kembali dari *Kompasiana*: <https://www.kompasiana.com/willliambunkharisma9953/5d7dcd05097f3672286745d2/pentingnya-infrastruktur-untuk-kemajuan-sebuah-bangsa?page=all>
- Bunkharisma, W. (2019, September 19). *www.kompasiana.com*. Diambil kembali dari *kompasiana*: <https://www.kompasiana.com/willliambunkharisma9953/5d7dcd05097f3672286745d2/pentingnya-infrastruktur-untuk-kemajuan-sebuah-bangsa?page=all>
- Deny, S. (2014, Juni 30). *liputan6.com*. Diambil kembali dari *iStyle.id*: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2070729/80-masyarakat-indonesia-suka-produk-pakaian-tiruan>
- Eggie. (2020, Maret 27). <https://www.olsera.com/>. Diambil kembali dari *Olsera*: <https://www.olsera.com/id/blog/tips-sukses-toko-baju/172>
- Hariadi, B. (2003). *Strategi manajemen*. Jakarta: Bagumedia Publishing.
- Investasi, K. (2017). *www.investindonesia.go.id*. Diambil kembali dari *investindonesia*: [investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/pentingnya-pembangunan-infrastruktur-indonesia-untuk-investasi](https://investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/pentingnya-pembangunan-infrastruktur-indonesia-untuk-investasi)

- kemenparekraf. (2016). *Infografis Sebaran pelaku Ekonomi Kreatif*. Diambil kembali dari kemenparekraf.go.id:  
[https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/pdf/media\\_1589834401\\_Infografis\\_Sebaran\\_Pelaku\\_Ekonomi\\_Kreatif.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1589834401_Infografis_Sebaran_Pelaku_Ekonomi_Kreatif.pdf)
- Knitto. (2018, Januari 24). *knitto.co.id*. Diambil kembali dari Knitto Textile:  
<https://knitto.co.id/blog/cotton-combed-30s/>
- Koran SINDO, J. (2018, Februari 18). <https://economy.okezone.com/>. Diambil kembali dari Okefinance:  
<https://economy.okezone.com/read/2018/02/18/320/1861085/jangan-samakan-perlakuan-konsumen-offline-dan-online-apa-bedanya>
- Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pamungkas, R. B. (2020, Mei 20). <https://www.niagahoster.co.id/>. Diambil kembali dari niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketing-trends-2020/>
- Putri, I. (2021, Maret 20). <https://finance.detik.com/>. Diambil kembali dari detikfinance:  
<https://finance.detik.com/solusiukm/d-5501027/pelaku-umkm-ungkap-strategi-bisnis-fashion-mendunia-saat-pandemi>
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Rizky, C. (2019). <https://goukm.id/>. Diambil kembali dari GOukm: <https://goukm.id/10-brand-fashion-ukm-lokal-yang-mendunia/>
- Rozama, N. A., & dkk. (2019, Desember 18). *Badan Pusat Statistik*. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/>:  
<https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html>
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistyo, C. B. (2020, Januari 4). *Pemberdayaan UMKM Menuju Go International*. Diambil kembali dari Investor Daily Indonesia: <https://investor.id/opinion/pemberdayaan-umkm-menuju-go-international>
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Systems, B. U. (2014, Mei 7). *Business Model dan IT-Strategic*. Diambil kembali dari <https://sis.binus.ac.id/>: <https://sis.binus.ac.id/2014/05/07/business-model-dan-it-strategic/>
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Usaha, T. P. (2019, Desember 10). *Inilah 7 Alasan Bandung Sebagai Pusat Fashion Indonesia Yang Perlu Diketahui*. Diambil kembali dari [tabloidpeluangusaha.com](http://tabloidpeluangusaha.com): <https://www.tabloidpeluangusaha.com/inilah-7-alasan-bandung-sebagai-pusat-fashion-indonesia-yang-perlu-diketahui.html>
- Yulistara, A. (2018, Oktober 1). <https://www.cnbcindonesia.com/>. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20181001153848-4-35509/ekspor-fesyen-indonesia-rp-122-t-kuasai-2-pasar-dunia>