

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, A. A. Pengaruh Brand Image Dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Miniso Di Kota Malang Dengan Country Of Origin Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Ptn Kota Malang).
- Algeo, J. (1987). *A Comprehensive Grammar of the English Language*. By Randolph Quirk, Sidney Greenbaum, Geoffrey Leech, and Jan Svartvik. London: Longman. 1985. x+ 1779. *Journal of English Linguistics*, 20(1), 122-136. Indonesia.
- Alwi, H., Dardjowidjojo, S., Lapoliwi, H., & Moeliono, A. (2003). *Tata Bahasa Baku Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Carter, R., & McCarthy, M. (2006). *Cambridge grammar of English* (Vol. 462). Cambridge: Cambridge University Press.
- Catford, J. C. (1965). *A Linguistic Theory Of Translation* (Vol. 31). London: Oxford University Press.
- Chen, W. (2020). *Contemporary Retail Expansion in China*. Beijing: CITIC Press.
- Delatour, Y., Jennepin, D., Léon-Dufour, M., & Teyssier, B. (2004). *Nouvelle grammaire du français: Cours de civilisation française de la Sorbonne*. Hachette.
- Dewi, S. E. P. (2020). *Pengaruh Kemasan Produk Miniso Perfume Zodiac Series Terhadap Niat Beli Konsumen Remaja Putri Di Gerai Miniso* (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Fata, I. A. (2022). Investigating translation strategies in Indonesian best seller novels. *Englisia: Journal of Language, Education, and Humanities*, 9(1), 1–15. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/englisia/article/view/11804>.
- Goosse, A., & Grevisse, M. (2016). *Le bon usage*. De Boeck Supérieur.
- Grégoire, M., Thiévenaz, O., Franco, E., & Kostucki, A. (2003). *Grammaire Progressive du Français: Niveau intermédiaire avec 600 exercices*. CLE international.
- Hermawan, H., & Tanjung, S. (2018). A Bahasa Indonesia-English Translation Analysis Of Negeri Lima Menara And The Land Of Five Towers. *Lingtera Journal*, 5(1), 19-31.
- Hoed, B. H. (2011). Penerjemah, Penerjemahan, Terjemahan, Dan Dinamika Budaya: Menatap Peran Penerjemahan Pada Masa Lalu Di Nusantara. *Masyarakat Indonesia*, 37(1), 57-80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, A. N., Utami, N. M. V., & Santika, I. D. A. D. M. (2021). The analysis of translation strategies used in English–Indonesian signages at Bali Zoo. *Elysian Journal: English Literature, Linguistics and Translation Studies*, 1(3), 260–270. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/elysian/article/view/2638>.
- Li, F. (2020). Minimalist Design in Contemporary Consumer Products. *Journal of Product Aesthetics*, 12(3), 44–57.
- Li, Y., & Wang, H. (2022). Globalization Strategies of Chinese Retail Brands. *International Journal of Business Studies*, 18(2), 112–130.
- Masniati, A. (2022). Pengaruh Narasi Bahasa Dalam Label Produk Terhadap Persepsi Konsumen. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Miniso. (2023). About Us. Miniso Official Website. <https://Miniso-Us.Com/Pages/About-Us>.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT

- Remaja Rosdakarya.
- Moore, R. (2013). Branding, language, and scripted identity. *Journal Sociolinguistics*, 17(3), 398–420.
- Newmark, P. (1977). Communicative And Semantic Translation. *Babel*, 23(4), 163- 180.
- Newmark, P. (1982). A Further Note On Communicative And Semantic Translation. *Babel*, 28(1), 18-20.
- Newmark, P. (1988). *A Textbook Of Translation* (Vol. 66, Pp. 1-312). New York: Prentice Hall.
- Nida, E. A., & Taber, C. R. (Eds.). (1974). *The Theory And Practice Of Translation* (VOL 8). Brill Archive.
- Piller, I. (2016). *Linguistic Diversity and Social Justice: An Introduction to Applied Sociolinguistics*. Oxford University Press.
- Putri, Y. D. C. (2017). *Perbandingan Kemampuan Penerjemahan Prancis–Indonesia Dan Inggris–Indonesia Mahasiswa Bastra Prancis Angkatan 2014* (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G., & Svartvik, J. (1985). *A comprehensive grammar of the English language*. Longman.
- Rahman, A., & Chen, Y. (2021). Glocalization in Global Retail Strategies. *Asian Business Review*, 10(1), 51–62.
- Sebayang, N. S. (2024). Analisis Penggunaan Metode Newmark Dalam Penerjemahan Produk Kecantikan Berbahasa Prancis Ke Dalam Bahasa Indonesia [Disertasi Doktor, Universitas Negeri Medan].
- Setyowati, L. (2021). *A Translation Analysis Of Speech Acts On The Label Of Product Packaging* (Doctoral Dissertation, Universitas Sebelas Maret).
- Subhannallah, M. R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Yogyakarta [Skripsi, Fakultas Ekonomi]. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri. Yogyakarta.
- Suryawinata, Z., & Hariyanto, S. (2003). *Translation: Bahasan Teori & Penuntun Praktis Menerjemahkan*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, 4, 132997.
- Tegowati, T. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting And Management Journal*, 3(1), 23-36.
- Wulandari, A. S. (2024). Metode translation menurut Peter Newmark (1988) dan strategi dalam penerjemahan. *Vokasi News Universitas Airlangga*.
<https://vokasi.unair.ac.id/metode-translation-menurut-peter-newmark-1988-dan-strategi-dalam-penerjemahan/>.
- Yu, X., & Hu, M. (2021). Consumer Behavior in Lifestyle Retailing. *Journal of Retail and Consumer Studies*, 29(4), 301–318.
- Zhang, L., & Liu, S. (2022). Branding through Popular Culture Collaboration. *International Journal of Marketing Communication*, 22(1), 77–93.