

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press.
- Arsha, Risma M I Made dan Ketut Suardikha Nata. 2013. Pengaruh Tingkat Upah, Tenaga Kerja Dan Modal Kerja Terhadap Produksi Industri Pakaian Jadi Tekstil (Studi Kasus Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(8), hal.393-400.
- Anggraeni, Y., Kurniawati, A., & Suryani, S. (2021). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen pada industri fesyen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 123-134.
- Audina, M. (2019). *Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Ayu Putri Anggrihita Prabhawedasatty, I Gusti., dan Kerti Yasa, Ni. Nyoman., 2014. Pengaruh ekuitas merek terhadap preferensi merek dan niat beli konsumen pada produk Iphone di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Ekonomi*. 16(1): h: 1525-1551.
- Banda, C. S., Yertas, M., & Balia, N. (2024). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Ompo Jaya Manokwari*. YUME: Journal of Management, 7(3).
- Dairina, L., Sanjaya, VF. (2022). Pengaruh *Brand image* terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada produk sepatu merek Converse). *ATTAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume VII No. I Januari–Juni 2022: 118 – 134
- Darwis, E. G. (2017). Pengaruh *Brand image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- David, Aker, A. L. B. (2009). *Brand Equity And Advertising: Advertising In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., and Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Binarupa Aksara: Surabaya
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat/2*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Kambiz Heidarzadeh Hanzae and Mohammad Javad Taghipourian, 2012. *The Effects of Brand Credibility and Prestige on Consumers Purchase Intention in Low and High Product Involvement*. *Journal Basic. Appl. Sci. Res.*, 2(2): h: 1281-1291.
- Ismail, A. R., & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality, and image on word of mouth: The case of fashion brands among young

- consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(4), 386-398.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2007, "Manajemen Pemasaran", Cet 2, Edisi 12, Jilid 1, Alih bahasa: Benyamin Molan. Penerbit PT INDEKS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (B. Sabran (ed.)). Erlangga.
- Krissyang Laksmi, W., Heny Urmila Dewi, M., & Putu Aswitari, L. (2018). *EJurnal EP Unud 7[1]: 91-113 determinan pertumbuhan produksi industri pakaian jadi di kota denpasar*.
- Kuenzel, Sven & Sue Vaux Halliday. 2008, "Investigating Antecedents and Consequences of *Brand Identification*". *Journal of Product & Brand Management*. 293-304.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay. *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71-83
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior: A Framework for Marketing*. Pearson Education.
- Musay, Paramitasari Fransisca. (2013). Pengaruh *Brand image* terhadap keputusan pembelian. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya
- Nick Hajli, M., 2013. *A study of the impact of social media on consumers*. *International Journal of Market Research*. 56(3): h: 387-404
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh *Brand image* Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid 19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen* Vol.9 No.1, 17- 29.
- Parisa Valavi, (2014). *Factors Influencing Mobile Services Adoption: A Brand-Equity Perspective*. *International Journal of Research Social Sciences*. 4(3): h:1-18.
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Edisi Kesembilan. Cetakan Kedua. Jakarta : Salemba.

- Prabawa Putra, P. M., & Mandala, K. (2017). Pengaruh ekuitas merek dan faktor sosial terhadap niat beli konsumen pada produk giordano. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 281.
- Purimahua, 2005, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Edisi keempat, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rahmawati Setyaningsih, Suyudi Mangunwihardjo, Harry Soesanto, (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek untuk meningkatkan minat beli ulang (studi kasus pada kedai kopi Dome di Surabaya). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. 4(2): h: 30-43.
- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89.
- Rangkuti, F. (2002). The Power Of Brand, Teknik Mengelola *Brand Equity* dan Strategi Pengembangan Merk. Gramedia Pustaka.
- Rohmanuddin., Suprayoga, H.A. (2022). Pengaruh *Brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian di masa pandemi covid 19 (studi kasus pada bisnis ritel pakaian “sting” cabang kedoya green garden). *Jurnal Bina Manajemen*, Maret 2022, Vol. 10 No. 2 Hal 78 – 89
- Rusiadi, et al. (2016). Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus Dan Aplikasi Spss, EvIEWS, Amos Dan Lisrel. Cetakan Pertama. Medan: Usu Press.
- Sanawiri, B., & Mubarak, S. (2018). Pengaruh Fashion *Lifestyle* terhadap *Purchase Intention* (Studi pada Konsumen Pakaian Second Hand). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(3), 33-40
- Schiffman, L., & Leslie, Lazar, K. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu). PT Indeks.
- Schiffman dan Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi
- Setyawan, I Gusti Ngurah Adi, Sukadana, I Wayan dan Detriasmita Sari Entisna, Made. 2017. Peran E-commerce Terhadap Penjualan Usaha pada Industri Pakaian jadi di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(12), hal. 2436-2461.
- Sreejesh, S., 2015. *Consumers’ Perceived Brand Aspiration and Its Impact on Intention to Pay Price Premium: Moderating Role of Brand Jealousy*. *Journal Theoretical Economics Letters*. 5(1): h: 273-284.
- Stanton, W., & Lamarto. (1994). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

- Suanto, F., & Sutanto, A. (2022). Bali - pusat fashion nusantara : merupakan warisan budaya sebagai slow fashion. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 3(2), 1471. <https://doi.org/10.24912/stupa.v3i2.12372>
- Sudomo, St. 2014. Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent di Kabupaten Bantul. *Jurnal JBMA*. 1(2): h: 33-48
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-15. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sulitiyani, E. (2021). *Pengaruh Faktor Sosial, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Pasar Tradisional*. Seminar Nasional Keindonesiaan VI.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Nugraha. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand image* terhadap keputusan pembelian (studi pada mahasiswa pengguna produk sepatu merek converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.3 No.1*, 135-144
- Supriadi, F., & Mustadiran, M. (2022). Pengaruh *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Eiger Store di Pontianak. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 9(2), 177–184.
- Surachman, S.A. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Edisi Pertama. Penerbit Bayumedia Publishing. Malang.
- Suwandi, S. (2020). *Tren Thrifting di Indonesia dan Peranannya dalam Ekonomi Berkelanjutan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Tanya Ryan, 2014. *Green Intentions: An Exploratory Study on Advertising and the Environmental Movement*. *Journal of research for Consumers*. 27(7): h: 76–105
- Tjiptono, Fandy., & Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa (Edisi Pertama)*. Bayumedia Publishing.
- Tika, Moh Pabundu. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, Husein. (2007). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama dan JBRC.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and

Purchase Intentions. Journal of Computers, (6)9: 1875 1879
Yungki Hary Wibisono, 2010. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian dengan perilaku niat sebagai variabel intervening pada situs kaskus. Artikel ilmiah. pp.1-8

