

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul Rohman, 2017. Dasar-dasar Manajemen. CV. Citra Intrans Selaras.
- Assauri, S. 2018. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G . 2018. Pre-loved? Analysing the Dubai luxe resale market. In Vintage luxury fashion. Palgrave Macmillan.
- Chaffey, D., & Elis-Chadwick, F. 2019. Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (7th ed). Pearson
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Genelius, Susan. 2011. 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Griffin, Ricky W. 2010. *Management*. Cengage Learning
- Halim, Fitria. et. al. 2021. Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.
- Hanafi, Mamduh M., 2013, Manajemen Keuangan, Cet ke-6, Yogyakarta: BPFPE.
- Hasan, A. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasibuan, M. S. 2014. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia , Fungsi SDM , Pengawasan. Edisi Revisi. Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakart: Person Bumi Askara.
- Hasibuan. 2015. Dasar-dasar Manajemen. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hernaeny, U. 2021. Pengantar Statistika 1. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset, Cv.
- Kotler, p., & Kartajaya. 2016. Marketing 4.0. Bergerak Dari Tradisional ke Digital. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

- Lupiyoadi, Rambat. 2014 *Manajenen Pemasaran Jasa Edisi ke 3*, Jakarta : Salemba Empat.
- Nickels, W. G., Mc Hugh, J., & McHugh, S. 2018. *Understanding Business 12 Edition*. McGraw-Hill Education.
- Oseven, Eagle. 2022. *Marketing 5.0: Teknologi untuk Kemanusiaan*. Pinang.
- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Rossiter, Percy, dan Bergkvist. 2018 *Marketing Communications: Objectives, Strategy Tactics*, Teller Road Thousand Oaks, United Kingdom Sage.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar & Hansen, Havard. 2012. *Consumer Behaviour: A European Outlook*. USA: Pearson Financial Times/Prentice Hall
- Sudarsono, H. 2020. *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka: Abadi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono, 2011. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suprihanto, John. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan kesebelas. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Andi: Yogyakarta.
- Tuten, Tracy L and Solomon, Michael R. 2017. *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Yulianti et al. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Artikel:

- Afianka M. 2012. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Depok : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UI. <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20308440&lokasi=lokal>
- Angkie, N.S ., Tanoto, S. R. 2019. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Equity pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull&Bear, dan Stadivarius di Surabaya. AGORA, 7(1).
- Baena, F., Guarin, A., Mora, J., Sauza, J., & Retat, S. 2017. Learning Factory: The Path to Industry 4.0. *Procedia Manufacturing*, 9, 73–80. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.04.022>
- Cliefien, A.A.S, 2016. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 2016, 209-221. <https://doi.org/10.35794/emba.4.3.2016.13670>
- Diputra, T.R., Setyanto, E., & Zulfahmi, A. 2023. *Pengaruh Brand Ambassador dan Desain Produk terhadap Minat Beli Produk Erigo* (Survey Pada Followers Instagram @erigostore).docx. JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS
- Gilbert, A., & Sesilia, O. 2019. Trend Industri Fesyen Di Indonesia. <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyen-di-indonesia/>
- Isnani, M. F., & Rubiyanti, R. N. 2021. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Tiket. Com Di Jawa Barat. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Mubarok, N. 2017. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92. <http://www.pekerjadata.com/2013/11/.html>.
- Novitasari, Nurdian 2021. *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, HARGA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION (Studi Empiris Pada Brand Fashion Erigo)*. Other thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang. <http://eprintslib.ummg.ac.id/3161/>
- Pham, P.H. and Gammoh, B.,S. 2015. *Cgaracteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: a conceptual model. International Journal of Internet Marketing and Advertisting. Vol 9. Issye 4. Pp. 321-337.*
- Prasetya, Sandy Aldi and , Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si. 2022. *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Erigo*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta <https://eprints.ums.ac.id/101012/>

- Prasetyo, A., Mulyati, D. J., & Andayani, S. 2022. *Pengaruh Sosmed Marketing, Harga, Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Fashion Bloods Di Surabaya*. In Seminar Nasional Hasil Skripsi (Vol. 1, No. 01, pp. 293-296). <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/826>
- Ratana, M. 2018. The Effect Of Social Media Marketing On Brand Equity. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol.22 No.1.
- Rika, S. S. 2021. Understanding the determinants of early school leaving and enrolment in second chance education for Indigenous Fijians: A mixed methods study. <https://researchdirect.westernsydney.edu.au/islandora/object/uws%3A69945>
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. 2023. Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Ecomics, Management, Bussines, and Entrepreneurship*.
- Sari, S. P. 2020. *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan pembelian Pada Konsumen*. *Psikoborneo : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sinaga, E. A., & Aziz, F. 2023. Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador Sehun terhadap Minat Beli pada Produk Whitelab. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 5107–5113. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.1905>
- Upadana, M. wahyu K., & Pramudana, K. A. S. 2020. BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p14>

Website :

- Hapsari, N. E. 2023. Hobi Belanja dan Hantaman Limbah Pakaian. <https://news.republika.co.id/berita//rom6n4478/hobi-belanja-dan-hantamanlimbah-pakaian>
- Italian Fashion School. 2022. Penjelasan Mendalam Arti Fashion Style. <https://italianfashionschool.id/arti-fashion-style/>
- Wikipedia. 2021. Dampak pandemi COVID-19 pada industri fesyen. [id.m.wikipedia.org.https://7uylrefk6bact6wouh3nvk5omu-advbczdqpg7jfqyen-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Impact_of_the_COVID19_pandemic_on_the_fashion_industry](https://7uylrefk6bact6wouh3nvk5omu-advbczdqpg7jfqyen-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Impact_of_the_COVID19_pandemic_on_the_fashion_industry).