

DAFTAR PUSTAKA

- Anna, L. K. (2018, May 26). *Kisah Maria, Lulusan Perhotelan yang Sukses Besarkan "This Is April"*. Retrieved from Kompas: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/05/26/120000320/kisah-maria-lulusan-perhotelan-yang-sukses-besarkan-this-is-april-?page=all>
- Ghristian, I. D. (2016). Pengaruh Harga Diskon, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan terhadap Minat Beli Celana Jeans Levi's di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 319-336.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. United Kingdom: Pearson.
- Ismayanti, N. M., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5720-5747.
- Kim, N., Chun, E., & Ko, E. (2017). Country of origin effects on brand image, brand evaluation, and purchase intention: A closer look at Seoul, New York, and Paris fashion collection. *International Marketing Review*, 34(2), 254-271.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Lee, J., & Lee, Y. (2018). Effects of multi-brand company's CSR activities on purchase intention through a mediating role of corporate image and brand image. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(3), 387-403.
- Mubarak, S. A., & Sanawiri, B. (2018, Februari). Pengaruh Fashion Lifestyle terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Pakaian Second Hand @Tangankedua). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(3), 33-40.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Produk Fashion melalui Toko Online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak (Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman). *Jurnal Indovisi*, 1(1), 83-100.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students* (7 ed.). Harlow: Pearson.
- Septanto, A. F., Haryono, A. T., & Harini, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Emotional Response dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Komparatif Terhadap Produk Adidas dan Nike). *Journal of Management*, 4(4), 140-158.
- Setyaningsih, A., Bahari, N., & Ardiyanto, D. T. (2018). Kuasa Baju Bekas: Kode Kultural Fesyen Baju Bekas dalam Ranah Industri Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 1(1), 10-21.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Wiyani, W., & Nugraha, G. I. (2017, Januari). 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*, 4(1), 74-85.
- Suria, N. N., Kusumawati, A., & Pangestuti, E. (2016, September). Pengaruh Country of Origin terhadap Citra Merek dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 148-156.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.