

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarkahi, R. P. Y., Universitasari, P. S., Chairina, R. R. L., Nugraheni, P. P. A., & Ayuni, C. H. I. T. (2025). The Influence of Brand Image, Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty at Gudeg Lumintu Restaurant in Jember Regency. *Journal of Business Management*, 122-127.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- InfoPublik. (2022). *Bangga, 10 Brand Indonesia Tampil di Paris Fashion Week 2022*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses pada 24 Mei 2026, dari <https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/607833/index.html>.
- Kamalia, & Sukri, S. A. (2024). Pengaruh Brand Image, Fashion Lifestyle dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 3(2), 44-52.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo DP Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Parapuan. (2022). *Koleksi Greenlight x Ican Harem di Paris Fashion Week 2022, Angkat Tema Traffic Tribe*. Kompas Gramedia. Diakses pada 24 Mei 2026, dari <https://www.parapuan.co/read/533174605/koleksi-greenlight-x-ican-harem-di-paris-fashion-week-2022-angkat-tema-traffic-tribe>.
- Resya, F., Andriyanto, D., Mayasari, F., Alam Wiguna, A., & Yuniar, E. (2025). Analisis Pengaruh Loyalty, Persepsi Harga Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 17(1), 64-79.

- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Surakarta. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 8(1), 92-103.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swartana, I. K., & Sudarma, I. M. (2026). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal Erigo. *JER: Jurnal Economic Resources*, 9(1), 515-528.
- Thian, A. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Ansi
- Wibowo, D. A. A., Wijayanto, W., & Pahlevi, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Social Media Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Greenlight Di Kota Purwokerto. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 21(2), 360-369.