

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar. *Jurnal Universitas Hasanuddin*.
- ayu citra. (2021, April 11). *Profil instagram ayucitra.bymonokrom*. Retrieved from Instagram ayucitra.bymonokrom:
<https://www.instagram.com/p/CNbz0VqDenC/?igshid=1duze84u9hgg6>
- b. u. (2019, Desember 04). *TREND INDUSTRI FESYEN DI INDONESIA*. Retrieved from binus.ac.id: <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyen-di-indonesia/#:~:text=Berdasarkan%20data%20dari%20CNBC%20Indonesia,01%25%20atau%20Rp%20116%20triliun.&text=Subsektor%20fesyen%20dalam%20eonomi%20kreatif,%2C%20sebanyak%2054%2C54%25>.
- Balakrishnan, B. W. (2014). *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 148 . *The Impact of Social Media Marketing Medium toward Purchase Intention and Brand Loyalty among Generation*, 177–85.
- Dellarocas, C. &. (2006). *What motivates consumers to review a product online? A study of the product-specific antecedents of online movie reviews*. <http://doi.org>.
- Duana, W. G. (2008). *Do online reviews matter?— An empirical investigation of panel data*. *Decision Support Systems*, 45(3), 1007–1016.
- Freddy Rangkuti. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPP 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- HaenLein, A. K. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. *Business Horizons*.
- Jalilvand, M. R. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*". *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss: 4 pp. 460 – 476.
- Jannah, B. L. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rajawali Pers.

- Jansen, B. a. (2009). *Twitter power: tweets as electronic word-of-mouth*. Journal of The American Society for Information Science and Technology, Vol 60.
- Kotler dan Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. New York: Pearson Education.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Miati Iis. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion). *JURNAL ABIWARA*.
- Muhamad Juliatrin Chairul Akbar. (2018). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Administrasi Bisnis*.
- Nofiyanto. (2021). *Strategi Pemasaran Online dan Teknik Paling Ampuh untuk Bisnismu*. <https://koinworks.com/>.
- Ratri, L. E. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- ririn. (2019). *Gaya Hidup Modern – Pengaruh Dan Dampaknya Bagi Kehidupan*. Jakarta: egindo.co.
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Retrieved from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Riyanto, Andi Dwi. (2020). *Data Tren Internet dan Media sosial 2020 di Indonesia menurut Hootsuite*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>.
- Riyanto, G. P. (2021). *umlah Pengguna Internet Indonesia 2021*. Jakarta: kompas.com.
- Roslina. (2009). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 10, No 2.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for business Edisi 1 and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan dan Sesilia. (2021). *Trend Industri fesyen di Indonesia*. <https://binus.ac.id/>.
- Sudjana, N. (2015). *Metode Statistika*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sutriono, S. (2008). Analisis Pengaruh word-of-mouth Positif yang Diterima terhadap Minat Beli Konsumen pada Penjualan Kartu Simpati Telkomsel di Kalangan Mahasiswa Fisip UI. . *Jurnal Universitas Indonesia*.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta.
- Zhang, Jason Q., Ashutosh Dixit, dan RobertoFriedmann. (2010). Customer Loyalty and Lifetime Value: An Empirical Investigation of Consumer Packaged Goods,. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18 (2), 127-140.