

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J. C., 2018. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.
- Almira, A. & Sutanto, J.E., 2018. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), Pp.250-259.
- Armstrong, P. K. G., 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th Ed. Jakarta: Prenhalindo.
- Bahi, H. ‘., Pratikto, H. & Dhewi, T. S., 2020. The Impact Of E-Wom And Advertising On Purchase Decision Si.Se.Sa Syar’i Clothes With Brand Awareness As An Intervening Variables (A Study On Si.Se.Sa Fashion Consumers). *International Journal Of Business, Economics And Law*, 23(1), Pp. 255-261.
- Djodjobo, C.V. And Tawas, H.N., 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Damayanti, Y., 2020. Kajian Literatur Efektivitas Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)* , Volume Volume 02 Nomor 01, Pp. 31-45.
- Ernawati, D., 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), Pp. 17-32.
- Fauzi, M. R. & Mandala, K., 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), Pp. 6741-6761.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam & Ratmono, Dwi. 2017. *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika (Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan Eviews 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J. & Marticotte, F., 2010. E-Wom Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal Of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences De L'administration*, 27(1), Pp.5-23.
- Kartika, M. & Ganarsih, R. L., 2019. Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis*, Volume Vol. Xi. No. 2, P. 289–307.
- Kotler, P. And Amstrong, G., 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P. & Amstrong, G., 2014. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. 14th Edition Bob Sabran Translation Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2012. *"A Framework For Marketing Management"*. New Jersey: Prentic Hall International Inc.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2016. *Manajemen Pemasaran*. 12 Ed. Jakarta: Pt. Indeks.
- Kristiawan, T. A. & Keni, K., 2020. Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal [The Effect Of Packaging, Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions On Local Brand Fashion]. *Jurnal Manajemen*, 15(2), Pp. 244-256.
- Malik, M.E., Ghafoor, M.M., Iqbal, H.K., Ali, Q., Hunbal, H., Noman, M. And Ahmad, B., 2013. Impact Of Brand Image And Advertisement On Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, 23(1), Pp.117-122.

- Nadiya, F. H. & Wahyuningsih, S., 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, Volume 3, Pp. 1096-1104.
- Rachman, T., 2021. Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Asus Di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), Pp. 48-52.
- Sari, N., Saputra, M. & Husein, J., 2017. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak. Com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), Pp.96-106.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2nd Edition Ed. Bandung: Alfabeta.
- Tamamudin, 2012. Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina).. *Jurnal Penelitian*, Volume Vol. 9 No. 2, Pp. 283-300.
- Tjiptono, F., 2008. *Strategi Pemasaran*. 2nd Ed. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F., 2015. *Strategi Pemasaran*. Keempat Ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, A. F., Wulandari, J., & Nugeraha, P. (2021). Pengalaman Pelanggan, Reference Group, Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Etnik Fashion. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(1), 38-50.
- Widhianti, Y.I., Hidayat, W. & Budiarmo, A., 2013. Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Alat Peraga Edukatif Children Toy's Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(4), Pp.20-26.

Yusniawati, V. & Prasetyo, A., 2022. Pengaruh E-Wom Dan Brand Image Terhadap Online Purchase Intention Fashion Muslim Pada Milenial Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), Pp. 131-13

Internet:

Databoks by Vika Azkiya Dhini. (22 April 2022). Barang atau Jasa yang Paling Sering Dibeli Responden Saat Belanja Online. Retrieved from databoks.katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online>

Diakses 20 November 2022.

Kumparan by Alifahh Silvya. (2 Januari 2023). Fashion Berkain, Why Not?. Retrieved from kumparan.com: <https://m.kumparan.com/alifahh-silvya/fashion-berkain-why-not-1zXglrpWoLv>

Diakses 5 Juli 2023.

Research and Markets. (Desember 2021). *Global Ethnic Wear Market By End Users (Men, Women, and Children), By Distribution Channel (Online and Offline), By Regional Outlook, Industry Analysis Report and Forecast, 2021 - 2027*. Retrieved from researchandmarkets.com:

<https://www.researchandmarkets.com/reports/5522157/global-ethnic-wear-market-by-end-users-men>

Diakses 14 Maret 2023.