

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fatikh, B., & Widodo, A. (2019). The Influence Of Perceived Quality On Purchase Intention Affected by Brand Knowledge as Mediators (Study on Coffee Beer Consumers in Bandung City). *e-Proceedings of Management*.
- Alfitri Zukhrufani, R. T. (2022). The Influence Of Brand Personality, Brand Awareness, Fashion Consciousness, and Satisfaction as Intervening Variables On Muslim Fashion Product Loyalty In Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Ali, L. S., & Cuandra, F. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Brand Fashion Erigo Apparel Dimediasi Brand Image. *Jurnal Ekonomi Pengembangan*, 292-304.
- Bahar, W. S. (2019). Pengaruh Kepribadian Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Wanita Toko Jolie). *UMY Repository*, 1-20.
- BuddyKu. (2023, Januari 20). *RCTI*. Retrieved from rctiplus: <https://www.rctiplus.com/news/detail/berita-utama/3318732/menguak-pemilik-brand-the-executive-produk-lokal-yang-dikira-dari-luar-negeri>
- Fadhillah, A. R. (2022). Pengaruh Brand Personality terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Produk Running Shoes Merek Nike). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-12.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fink, A. (2003). *The Survey kit (2nd ed)*. Thousand Oaks, CA.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24 (A. Tejokusumo (ed); III)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2013). *Manajemen (7th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Hermanto, L. A., & Rodhiah. (2021). Pengaruh Brand Personality Terhadap Purchase Intention Produk The Body Shop. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 820-829.
- Ihzaturrahma, N., & Kusumawati, N. (2021). Influence Of Integrated Marketing Communication to Brand Awareness and Brand Image Toward Purchase Intention Of Local Fashion Product. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 23-41.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Vol. 12, Issue 01)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1 (A. Maulana & H. Wibi (eds); 13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Buku 1*. USA: Pearson Education.
- Pangestu, A. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Smartphone Realme V5). *Repository Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*.
- Sakinah, N., Nanda, D. M., & Tohiruddin. (2022). Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*, 32-38.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Shakti, N. W., Mahmud, Panjaitan, R., & Purusa, N. A. (2024). Pengaruh Kualitas, Presepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk The Executive Di Kota Semarang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Maneksi*, 470-483.
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72-83.
- Sudjana, N. (2011). *Penilaian Hasil dan Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Rosda Karya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). The Effect of Brand Image, Bran Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand "This is April". *Kinerja*, 234-250.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Kota Bandung: Media Sains Indonesia.
- Yuliadewi, V. E. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Terhadap Cconsumer Based Brand Equity dan Purchase Intention (Studi Pada Penonton Iklan NU Green Tea Oleh NCT 127 di Kalangan Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-18.