

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Andari, Luke Sekar. (2012). *Analisis Pengaruh Message Appael dan Message Source Credibility Dalam EWOM Terhadap Perceived Risk Dan Attitude Towards Brand (Studi Kasus: Artikel Bondan Winarno dalam Blog Detik Food Mengenai Roppan)*. Universitas Bakrie.
- Anjani, Ni Luh Gede Geeta (2012) *Pengaruh Fashion Involment, Emosi Positif Dan Hedonic Consumption Tendency Terhadap Pembelian Impulsif Di Department Store*. S2 thesis, UAJY. <http://e-journal.uajy.ac.id/476/> . Bab I. diakses 12 oktober 2017.
- Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. (10 April 2017). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. www.bekraf.go.id/.../pdf.../170475-data-statistik-dan-hasil-survei-ekonomi-kreatif.pdf. Diakses 12 Oktober 2017.
- Bandung: Alfabeta. CV
- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Buil, Isabel, Leslie de Chernatony, and Leif E. Hem. (2008). *Brand Extension strategies: perceived fit, brand type, and culture influences*. *European Journal of Marketing*. Europe: European Journal of Marketing, 43, 1300-1324.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media.
- Cikita, Daniar. (2017, September 2017). *Prediksi Tren Warna Untuk Spring 2018*. [http://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/9/2017/4587/Prediksi-Tren-Carreon,Justine.\(2017,Agustus12\).ACompleteToFall2017'STopFashionTrends.http://www.elle.com/fashion/trend-reports/g29441/fall-2017-fashion-trends/?slide=5](http://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/9/2017/4587/Prediksi-Tren-Carreon,Justine.(2017,Agustus12).ACompleteToFall2017'STopFashionTrends.http://www.elle.com/fashion/trend-reports/g29441/fall-2017-fashion-trends/?slide=5) . diakses 26 November 2017.*Warna-Untuk-Spring-2018*. Diakses 26 November 2017.

- Donna, Angelina. (12 Juli 2017). *5 Brand Ritel Modern Yang Berguguran di 2017*. https://today.line.me/ID/article/EBO8ok?utm_source=copyshere . Diakses 8 Desember 2017.
- Eedputra. (2013). *Pola busana*. <https://id.scribd.com/document/168783795/Pola-Busana-docx> . Diakses tanggal 31 desember 2017.
- Faisal, Sanapiah. 2007, *Format-Format penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fitri, R, Aisyah. (2014). memotong (*cutting*), menjahit (*sewing*), Penyelesaiannya (*finishing*). https://www.academia.edu/9384512/Makalah_tata_busana_memotong_menjahit_dan_penyelesaian . Diakses tanggal 31 desember 2017.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Group.
- Gumilar, Ivan. (2007). *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Bandung: Utama.
- Hapsari. (2017). *Terinspirasi Bukan Berarti 'Nyontek'*. Femina : Jakarta. No 38.44.
- Hardi. (2015, November 2010). 10 Manfaat Media Sosial Untuk Bisnis. <http://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-sosial-media-bisnis/>. diakses pada tanggal 23 November 2017.
- Hennig-Thurau, Thorsten., Kevin, Gwinner., Gianfranco, Walsh., dan Dwayne, Gremler. (2004). *Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet* ?. *Journal of Interactive Marketing*. 38 : 52.
- Heriyanti, Pantry. Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=279292&val=5981&title=ANALISIS%20PENGARUH%20BRAND%20IMAGE%20DAN%20KUALITAS%20PRODUK%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20KONSUMEN%20PADA%20HANDPHONE%20NEXIAN>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2017.

- Hestina, Putri. (2017). *Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembeli pada Café Gran-nysnest di Bandar Lampung*. digilib.unila.ac.id//25225/2/skripsi%20full%20tanpa%20babpembahasan.pdf. diakses pada tanggal 19 Desember 2017.
https://www.kompasiana.com/honey95t/kuantitatifskualitatif_552af9cbf
- Kotler Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing Global 14th edition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management. 14th edition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkan Bennyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta*.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta; Erlangga.
- Nasution, Hamzah. (2016). *Perilaku Remaja Pengguna Media Sosial Blackberry Messenger, Line Dan Whatsapp Dalam Perspektif Gender (Kasus Siswa SMA Negeri 3 Medan)*. Institut Pertanian Bogor.
- Nurdiansyah, Dedi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung*. <http://digilib.unila.ac.id/25883/18/Skripsi%20tanpa%20bab%20pembahasan.pdf> . diakses 11 desember 2017.
- Nurgana, E. (1993). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Permadi

- Nurgiyantoro, Singgih. (2014). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing*. <http://eprints.uny.ac.id/16797/1/SKRIPSI.pdf>. Diakses pada tanggal 12 Desember 2017.
- Poespo, Goet. (2000). *Teknik Menggambar Mode Busana*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Putri, C.N., Permatasari, N., Mendrofa, N. (2017). *Berani Berbisnis Dengan Digital*. Femina: Jakarta. No 29. 62-63.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Savitrie, Dian. (2008). *Pola perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswa FE dan pengunjung Butik N.Y.L.A)*. Bab IV www.lontar.ui.ac.id/file?file=digital/126658-6027-Pola%20perilaku-Analisis.pdf . Diakses 11 okt 2017.Semarang : UNDIP.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business 6'th Edition*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd. Pg 219.
- Shahid, Saad., dan Adeel, Ahmad. (2015). *Impact of Electronic Word Of Mouth on Purchase Intention: Moderating Role of Brand Awareness*. <https://www.academia.edu/17234257/ewom>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2017.
- Simamora, Bilson. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Dealer Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syadri, Muhammad. (2017). *Baju Tak Terpakai Jangan Dibuang, Bisa Dimodifikasi Lebih Baik*. <https://www.jawapos.com/read/2017/08/26/153320/baju-tak-terpakai-jangan-dibuang-bisa-dimodifikasi-lebih-menarik>. Diakses pada tanggal 3 Desember 2017.
- Tabachnick, Barbara G. Dan Linda S. Fidell. (2007) *Using Multivariate Statistics*.

- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Triyanto, Bayu. (2014). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta). <http://eprints.uny.ac.id/15072/1/SKRIPSI.pdf> . Diakses 11 desember 2017.
- Wisudawati, Rusdiana. (2014). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Hermes Tiruan Pada Wanita Karir*. <http://repository.unib.ac.id/9201/2/I%2CII%2CIII%2CI-14-rus-FS.pdf>. diakses pada 10 desember 2017. Pg 8 – 10.