

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahnya. 2020. Jakarta: Departemen Agama RI
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). "Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia".
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chen, Y. S., & Liao, Y. W. (2017). "The Relationship Among *Brand Image*, *Brand Trust*, and Online WOM an Example of Online Gaming"
- Destiani, G. P., & Saputri, M. E. (2020). "Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedap Korean Spicy Chicken di Bandung"
- Dianita, I. D., & Arifin, Z. (2018). "Pengaruh *Brand Ekstensi* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli IPHONE di Kota Malang".
- Eka, Aprila "Studi: Tingkat Pemalsuan Barang di Indonesia di Angka Mengkhawatirkan", *Kompas* 21 Februari 2017 Diakses tanggal 10 Juli 2021
- Febriani, N. S., & Dewi, W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Febrianto, D. M., & Lutfie, D. (2020). "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli di PT. Pandu Persada Bandung 2020".
- Fikadiyanti, D., & Sudrajat, R. H. (2020). "Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Iqbaal Ramadhan dan Kredibilitas Merek Terhadap Minat Beli Aplikasi RuangGuru Pada Pelajar di Jawa Barat".
- Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: (Planning and Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.

- Gambaran Umum Perusahaan PT. Idea Solusi Indonesia. Diakses tanggal 18 Juli 2021 dari <https://iprice.co.id/erigo/>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Hartanto. (2019). *Brand and Personal Branding*. Yogyakarta: Denokan Pustaka.
- Isnani, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). "Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli TIKET.COM di Jawa Barat".
- Kim, D., Cho, S.-D., & Jung, G. (2014). Wave Of Home Culture And MNC Performance. The Korean Wave (Hallyu). Wave Of Home Culture And MNC International Marketing In Rapidly Changing Environments, 193 - 216..
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2017). "Retailing Management 9th Edition. *Mc Graw Hill international*".
- Logo Erigo Apparel. Diakses tanggal 18 Juli 2021 dari [www.instagram.com/erigostore](http://www.instagram.com/erigostore)
- Mardanugraha, D., Wardhani , S., & Ismayadi, B. (2014). "Dampak Ekonomi Pemalsuan di Indonesia".
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). "Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake".
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP. Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu* . Yogyakarta: CV Budi Utama .
- Negara, A. D., Arifin, Z., & Nuralam, I. P. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya)".
- Nugraha, G. (2019). "STUDI TENTANG KOMUNITAS BIBLIOTERAPI INDONESIA dalam HUBUNGAN PEER INFLUENCE DENGAN LOYALITAS PENGGUNAAN PRODUK FASHION PADA REMAJA DI KOTA BANDUNG".

- Nuraini, A. (2018). "Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake".
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer* . Bandung: Alfabeta.
- Ridwanudin, R., & Hanifa, F. H. (2019). "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia di Bandung Pada Tahun 2019".
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso , T. A., & Mardian, I. (2020). "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul".
- Santoso, R. D., & Erdiansyah, M. A. (2018). "Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree".
- Saputra, M. A. (2019). "Object Detection Using Convolutional Neural Network To Identify Popular Fashion Product".
- Sari, P. D., Mangabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). "Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi Pada Situs Beli Belanja Online Zalora)".
- Setiawan, E. (2018). "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Fashion Lokal dan Impor".
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Sutopo ed)*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo, H. A. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Toko Online Tokopedia".
- Wirdiani. (2018). "Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Promosi, dan WOM terhadap Keputusan Pembelian".
- Wiryanata, I. J., Agung, A. P., & Anggraini, N. N. (2020). "Analisis Pengaruh Iklan, *Brand Trust*, dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen BIZNET Networks di Kota Denpasar".
- Wottrich, V. M., Verlegh, P. W., & Smit, E. G. (2017). "The Role of Customization, *Brand Trust*, and Privacy Concern in Advergaming".