

DAFTAR PUSTAKA

- (t.thn.). Diambil kembali dari Erigo Store: <https://erigostore.co.id/>
- Abdillah, W, & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS) - *Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. . Yogyakarta: Andi Offset.
- Abraham Zephaniah Nafiria, P. H. (2022). The Effect of Growth Hacking, *Brand image*, Electronic Word Of Mouth On Repurchase Decisions On Beauty Products. *Enrichment: Journal of Management*.
- Aisyah, S. (2020). Manajemen Pemasaran. *Journal of Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara*.
- Akbar Fa'al Nico, D. L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening*. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU) 3*.
- Armstrong. Kotler, Harris, & Piercy. (2017). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education.
- Ayu Wardani, S. H. (2020). Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* Ditinjau dari Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Pasar Triwindu Surakarta. *Edunomika*.
- Bayu Raditya, N. L. (2019). Analysis of The Effect of *Brand image*, Product Quality and After Sales Service on Repurchase Decision of Samsung Smartphones. *RJOAS*.
- Dinan Fira (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Firmansyah, A. (2018). PERILAKU/ KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran). Surabaya: PUBLISH Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Firmansyah, A. (2019). Dalam *Pemasaran Produk dan Merek* (hal. 23, 60, 67, 186). Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy)*, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

- Nurdianita, F. (2019). Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang. Dalam N. Fonna, *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang* (hal. 101). Guepedia.com.
- Ghozali. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPFE.
- Glints Asia Pacific*. (t.thn.). Diambil kembali dari Glints:
<https://glints.com/id/companies/erigo-indonesia/8f7fd66f-32a2-467e-9aff-6acd9fa786b9>
- Haryono, P. S. (2017), *In Metode SEM Untuk Peneitan Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta: PT. Luxima Metro Media.
- Kustianti, D. D. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborneo*.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Global Edition Pearson
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Marketing (edisi 17e)*. Harlow: pearson education.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lina. (2018, Juli). Diambil kembali dari Pelaku Bisnis:
<https://pelakubisnis.com/2018/07/menguak-tiga-besar-penyumbang-perekonomian-ekraf/>
- Oktadiani Dinar Olivia, L. N. (t.thn.). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Putri, D. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai Yang Dirasakan, Citra Merek, Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. Pos Indonesia (Persero). *Diponegoro Journal of Management*.
- Purwanti, T. (2022). Siapa Pemilik Erigo, Brand Lokal yang Go Internasional. Retrieved 22 January 2023, from
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220908093142-17-370292/siapa-pemilik-erigo-brand-lokal-yang-go-internasional>

- Rismawati Shani, Y. R. (t.thn.). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Cafe Kinol Bistro and Poll dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Pemediasi.
- Rizki, A. G. (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee Indonesia (Survei pada mahasiswa S1 fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang membeli barang secara online di e-commerce). (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sari. D. P. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek eiger (kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). (*Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*).
- Setyaningrum Fitra, W. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *JAMSWAP : Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Setyaningrum, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *JAMSWAP : Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Shopee. (t.thn.). Diambil kembali dari Shopee Mall: <https://shopee.co.id/erigostore>
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Subarsaputra.
- Sugiyono. (2017). *Metode (Ayu Wardani, 2020) Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D (edisi kedua 2019)*. Bandung: Alfabeta
- Subardi, D. & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol 3, (1), 2019*, 53-62.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran, edisi pertama, cetakan pertama*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Suryani Siti, R. S. (2019). Pengaruh *Brand image, Brand trust*, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderating. *Journal of Business Studies*.

- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4,. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Umarjaya Jonathan Bryan, S. M. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Wingko Babad Cap Kereta Api Semarang. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Vanesa, I., & Zainul, A. (2017). Pengaruh Citra Merek (*Brand image*) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015. (*Doctoral dissertation, Brawijaya University*).
- Wardani Ayu, H. S. (2020). Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* Ditinjau dari Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Pasar Triwindu Surakarta. *Edunomika*.
- Wilaiwan Phonsiri, A. J. (2022). Marketing Strategy Influencing Service Quality and Consumers' Repurchase Decision on Low-Cost Airline Business in Thailand. *HONG KONG JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES*.
- Witama. A. & Keni. K. (2020). The Impact Of *Brand image*, Perceived Price And Service Quality Toward Customer Satisfaction. In Tarumanagara International Conference On The Applications Of Social Sciences And Humanities (Ticash 2019) (Pp. 316-320). *Atlantis Press*.
- 10 Rekomendasi Baju Brand Lokal Indonesia (Terbaru 2023) - CekList.ID.
Retrieved 22 January 2023, from <https://ceklist.id/30196/baju-brand-lokal-indonesia/>
- 11 Rekomendasi Brand Fashion Lokal Terbaik & Terlaris 2022. (2022). Retrieved 22 January 2023, from <https://www.s-gala.com/blog-post/rekomendasi-brand-fashion-lokal>