

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, A. J. (2018). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Journal Of Business Management*,5 (3).
- Andari, P. (2018), Pengaruh *Brand Image*,*Brand trust*,Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Oxnidw (Oxy). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16 (1).
- Anggara, D. D. (2019). Pengaruh Kecintaan Merek Lokal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Ijo Waris Di Warung Kopi Waris Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Apprilia, A. D. (2021). Kecintaan Merek Lokal, *Fashion Lifestyle* Dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*,11 (1).
- Berg, A. V. D. (2021). *Ethnocentrism And Local Brand Love: What Are The Consequences For Global Brands? (The Case Of Fashion Brands In South Africa)*
- Bhardwaj, V. (2018). *Brand Analyses of U.S. Global and Local Brand love in India: The Case of Levi's*.
- Cicilia, Maria. (2021). *ERIGO sukses tampil di New York Fashion Week*. Diakses dari <https://m.antaranews.com/amp/berita/2381897/ERIGO-sukses-tampil-di-new-york-fashion-week>
- Darmansyah, (2018). Pengaruh *Celebrity endroser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Diindonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen*,12 (2).
- Fajrin, M. (2021). *Brand Lokal Makin Dikenal*. Diakses dari <https://wakool.id/blog/1680-Brand-lokal-makin-dikenal>.
- Febrian, Angga dan Fadly, Muhtad. (2021). *Brand trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator's Role*. JAM Volume 19 Number 1
- Ghaisani, N. (2019). *#LocalPride, Fesyen Lokal Indonesia Kembali Bangkit dan Mendunia*. Diakses dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/06/27/localpride-fashion-lokal-indonesia-kembali-bangkit-dan-mendunia>.
- Halim, M. (2021). *ERIGO Brand Go Internasional*. Diakses dari <https://m.rri.co.id/humaniora/info-publik/1008005/ERIGO-Brand-lokal-go->

[internasional.](#)

- Haq, A. Z. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kecintaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toko Clowor Distro Pakaian Anime Di Semarang* (Skripsi yang dipublikasikan), Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Isfahmi, M. M. (2021). Pengaruh *Brand trust* Dan *Celebrity endroser* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17 (2)
- Khansa. (2022). *Karakteristik Generasi Z dan Tahun Berapa Lahirnya Generasi Z*. Diakses dari <https://www.gramedia.com/best-seller/gen-z/amp/>
- Kumar, S. (2021). *What drives Brand love and purchase intentions toward the local food distribution system* (A study of social media-based REKO (fair consumption) groups).
- Kumparan.com (2021). *Perjalanan Muhammad Sadad Dirikan ERIGO, Pernah Rugi Puluhan Juta*. Diakses dari <https://kumparan.com/profil-orang-sukses/perjalanan-muhammad-sadad-dirikan-ERIGO-pernah-rugi-puluhan-juta-1vQfwmlAFXQ>.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran-Edisi 13: Jilid 1. Indonesia: Penerbit Erlangga*.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid Pertama Dan Kedua. Pt. Indeks : Jakarta*.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Merdeka.com. (2021). *Profil dan Biografir Denny Sumargo*. Diakses dari <https://m.merdeka.com/denny-sumargo/profil>.
- Nhu-Ty, N. (2020). *The Influence of Celebrity Endorsement on Young Vietnamese Consumers' Purchasing Intention* *Journal of Asian Finance, Economics and Business* (Vol 8 No 1).

- Pertiwi, R. (2020). Pengaruh Kecintaan Merek (*Brand Love*) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Skripsi yang dipublikasikan), Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia.
- Pradipta, Y. (2021). Strategi Pemasaran Produk ERIGO Hingga Goes to Amerika. Diakses dari <https://lokalsupportlokal.id/strategi-pemasaran-ERIGO/>.
- Puri. (2021). Media Promosi Untuk Pemasaran Online dan Dampak Positifnya Untuk Bisnis. Diakses dari <https://pintek.id/blog/media-promosi-untuk-pemasaran-online/>.
- Riadi, M. (2020). *Brand trust (Pengertian, Indikator, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi*. Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/Brand-trust-kepercayaan-merek.html?m=1>
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sasmita, J. and Suki, N. M. (2015). Young consumers' insights on *Brand equity* Effects of *Brand* association, *Brand* loyalty, *Brand* awareness, and *Brand* image. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(3), 276-292.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence, A. (2007). *Integrated Marketing Communication In Advertising and Promotion* (New York). McGrawHill.
- Somantri, B. (2020). Inilah 5 *Brand Fashion* Lokal Indonesia Yang Sukses Mendunia. Diakses dari <https://ryusei.co.id/blogs/news/inilah-5-Brand-fashion-lokal-indonesia-yang-sukses-mendunia>.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Edisi 3, Bandung: Alfabeta
- Suhardi, Dadang dan Irmayanti, Rika. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser , citra merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Kuningan*, Vol 3 No 1
- Sutrisno, B. (2020). Pola Hidup Konsumtif dan *Trend* Budaya *Fast-Fashion*. Diakses dari <https://www.teensgogreen.id/2020/11/fast-fashion-anak-muda.html>.
- Susanti, Y.H. (2015). The Effect Of *Brand trust*, *Brand Love* And *Brand Commitment* To Word Of Mouth Users Of Adidas Shoes In Surabaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Wihayati, Welly. 2017. Marketing Celebrities Sebagai Strategi dalam Iklan. Jurnal Signal Unswagati, Vol 5, No 2
- Wulandani, C. (2021). *Mengenal ERIGO, Brand yang Wakili Indonesia di New York Fashion Week*. Diakses dari <https://www.popmama.com/amp/life/fashion-and-beauty/citra-wulandari/mengenal-ERIGO-Brand-yang-wakili-indonesia-di-new-york-fashion-week>.
- Wulandari, N. M. R. (2018), Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image*, *Brand trust* Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*,4 (11).
- Yan, C. (2019) *Effects of Brand experience, Brand image and Brand trust on Brand building process (The case of Chinese millennial generation consumers)*.
- Yunida, R. (2020). Pengaruh *Brand trust* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang *Jurnal Intekna*,20 (2).
- Zakawali, G. (2022). *ERIGO Kembali Tampil Di Ajang New York Fashion Week, Bangga!*. Diakses dari <https://store.sirclo.com/blog/perjalanan-bisnis-ERIGO/amp/>.