

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S. H., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K., & Sari, M. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Adi Ahdiat. (2025, January 2). *Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja Fashion*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/677668263f18a/selain-kebutuhan-pokok-gen-z-paling-berminat-belanja-fashion>
- Ainum, N., Laapo, A., & Christoporos. (2024). *Respon Petani Terhadap Teknik Sambung Pucuk Kakao (Studi Kasus di Kecamatan Lore Utara Kabupaten Poso) Sulawesi Tengah*. Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, 31(3), 281–291. <https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v31i3.2225>
- Amin, N., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian*. Jurnal PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer, 14(1), 15–31.
- Arika, D., Syarief, E., & Amboro, Y. P. (2023). *Perlindungan Hukum atas Mode Pakaian sebagai Desain Industri Di Indonesia*. Jurnal Yustisiabel, 7(2), 265–283.
- Arindaputri, N., & Santoso, S. (2023). *Analysis of the Influence of Digital Marketing, Brand Image, and Price Perception on Purchase Intention and Brand Loyalty in Uniqlo Apparel Products*. International Journal of Research in Business and Social Science, 12(4), 57–65. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2612>
- Bono. (2025, April 12). *Dari Jepang untuk Dunia: Perjalanan & Sejarah Uniqlo yang Bikin Kagum*. genz.id. <https://genz.id/dari-jepang-untuk-dunia-perjalanan-uniqlo-yang-bikin-kagum/>
- BPS Prov. Jawa Timur. (25 C.E., October 17). *Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2021 dan 2022 AU - BPS Prov. Jawa Timur*. <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjkzOCMx/jumlah-mahasiswa-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-2021-dan-2022.html>
- Comparably. (2026). *Uniqlo Mission, Vision, & Values*. Retrieved from <https://www.comparably.com/companies/uniqlo/mission?utm>
- Darmawan, P., Yasa, P., Wahyuni, N., & Dewi, K. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Niat Beli*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 7(1), 89–100. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>

- Dihni, V. (2022, March 15). *10 Merek Fesyen Favorit Masyarakat Indonesia, Siapa Juaraanya?* databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/7c2426d231c0c6d/10-merek-fesyen-favorit-masyarakat-indonesia-siapa-juaranya>
- Dzulhamdi, M., & Tarigan, H. (2024). *Pengaruh Quality Product, Price Perception, dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction*. EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3(5), 539–549.
- Fauzi, H., & Tantra, T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Niat Beli Smartphone Vivo*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 7(2), 1422–1438.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Gulanang, M., & Pramudena, S. (2019). *Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan PT. Wilo Pumps Indonesia*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 3(3), 77–92.
- Hardani, Auliya, N., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Illahi, S., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya*. Jurnal Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4(6), 1684–1697. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i6.1205>
- Indrawati, Yones, P., & Muthaiyah, S. (2023). *E- WOM Via the TikTok Application and Its Influence on the Purchase Intention of Somethinc Products*. Asia Pacific Management Review, 28(2), 174–184. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.007>
- Jufrizen, Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. (2020). *Model Empiris Peningkatan Kepuasan dan Niat Beli Konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram*. MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, 10(2), 249–265. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008>
- Kelvin, & Firdausy, C. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Price Perception terhadap Purchase Intention Pelanggan Uniqlo di Jakarta*. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 4(1), 142–149.

- Kornelis, Y. (2022). *Fenomena Industri Fast Fashion: Kajian Hukum Perspektif Kekayaan Intelektual Indonesia*. Jurnal Komunikasi Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha, 5(1), 262–278. <https://www.edology.com/blog/fashion-media/rise->
- Loindong, A., Tewel, B., & Sendow, G. (2023). *Pengaruh Locus of Control dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kantor Satpol-PP Kota Tomohon)*. Jurnal EMBA, 11(4), 110–121.
- Manik, C., & Sirega, O. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan*. JOSR: Journal of Social Research, 1(7), 694–707.
- Manurung, Z., & Rusdianto, Y. (2025). *The Influence of User Generated Content (UGC), Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Perceived Product Quality on Purchase Intention of Somethinc Products (Case Study on Followers of Tiktok @somethincofficial)*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8(3), 7553–7565.
- Marcelina, P., Teyseran, Y., & Hellyani, C. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Indonesia*. Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan, 3(2), 2.
- Marini, S., Aprilia, L., & Wibawa, I. (2022). *Efektivitas Dimensi Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Di Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan*. Jurnal E-Bis: Ekonomi Bisnis, 6(2), 482–497. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.924>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- PT Fast Retailing Indonesia. (2025). *Informasi Perusahaan*. Retrieved from <https://www.uniqlo.com/id/id/information/corp-about>
- Putra, R. (2021). *Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4>
- Putri, L., & Firdausy, C. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kerajinan Tangan di Toko Lind's Craft Jakarta*. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 8(3), 635–644.

- Putri, S., Yohana, C., & Yusuf, M. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert Box*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(3), 769–789.
- Ramadona, S., & Winarno, H. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keinginan Membeli Konsumen: Studi Kasus PT Sumber Alfaria Trijaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 26–33.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., & Hariyanti, N. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (M. Indrawan, Ed.). CV. Gita Lentera. www.gitalentera.com
- Saputra, I. K., & Widagda K, I. G. (2020). *Brand Image, Product Knowledge, dan Electronic Word of Mouth Berpengaruh terhadap Purchase Intention*. *E-Jurnal Manajemen*, 9(3), 1129–1148. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i03.p16>
- Shihab, M., Azmi, M., Indra, Zahrudin, M., & Lazirkha, D. (2022). *The Effect Of Advertising, Sales Promotion, And Brand Image On Repurchasing Intention (Study On Shopee Users)*. *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 3(2), 76–85. <https://doi.org/10.34306/itsdi.v3i2.527>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo, Ed.)*. Alfabeta Bandung. www.cvalfabeta.com
- Widyaningsih, N., Kurniawan, B., & Harianto, K. (2025). *Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk, dan E-Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada Pusat Oleh-Oleh X*. *MASMAN: Master Manajemen*, 3(3), 264–274. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i3.1013>
- Zakki, M., Eko, A., & Marsokan, P. (2023). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah (STAI FA) Pamekasan Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. *COMPETITIVE: Journal of Education*, 2(3), 137–147. <https://doi.org/10.58355/competitive.v2i3.31>