

Daftar Pustaka

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME DI KOTA MANADO. *JURNAL Administrasi Bisnis*, 25-31.
- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT INNOVATION AND SOCIAL. (*International Journal of Entrepreneurship and Business Development*), 210-217.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS E-COMMERCE ZALORA DI JAKARTA. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 200-218.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN. *Journal IMAGE*, 37-44.
- Gischa, S. (2020, 01 24). *Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya*. Retrieved from Kompas.com:
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya?page=all>
- Ino, I. S., & Juniawan, L. D. (2022). THE IMPACT OF INSTAGRAM ENDORSEMENT ON CONSUMER BUYING. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 27497-27504.
- Juliana, Djakasaputra, A., Pramono, R., & Hulu, E. (2020). BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, EASE OF. *JOURNAL OF CRITICAL REVIEWS*, 3987-4000.A
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management*. USA: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Nastiti, H. (2021, Agustus 24). *Bangga! Erigo Jadi Wakil Indonesia di New York Fashion Week 2021*. Retrieved from Kompas.Com:
<https://www.kompas.com/hype/read/2021/08/24/072225166/bangga-erigo-jadi-wakil-indonesia-di-new-york-fashion-week-2021>
- Purwanti, T. (2022, September 8). *Siapa Pemilik Erigo, Brand Lokal yang Go Internasional*. Retrieved from CNBC Indonesia:
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220908093142-17-370292/siapa-pemilik-erigo-brand-lokal-yang-go-internasional#:~:text=Tahun%202013%20dikisahkan%20Sadad%20menjadi,dan%20ikat%20pada%20produk%2Dproduknya>

- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 80-91.
- Sari, P. D., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Layanan. *Prosiding Biema*, 727-738.
- Simamora, V., Kiak, N. T., & Muga, M. P. (2021). The Effect of Celebrity Endorsment and The Reputation Of The. *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 58-66.
- Sutiyati, Helsa, H., & Lukitaningsih, A. (2020). Pengaruh Social Media dan Brand Image Terhadap. *Jurnal Ecodemica*, 264-274.