

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, Hagar, and Noha El-Bassiouny. 2012. "Materialism in Young Consumers: An Investigation of Family Communication Patterns and Parental Mediation Practices in Egypt." *Journal of Islamic Marketing* 3 (3): 255–82. <https://doi.org/10.1108/17590831211259745>.
- Adityawan, I Putu Risky, and A.A Gede Agung Artha Kusuma. 2018. "Consumer Innovativeness Terhadap Keputusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Pada Era Globalisasi Perkembangan Di Berbagai Bidang Yang Menuntut Setiap Orang Untuk Berpikir Kreatif Dan Inovatif Dalam Menghadapi Pers." *Jurnal Manajemen* 7 (3): 1510–38.
- Amalia, Selvi. 2016. "Analisis Pengaruh Hedonic Consumption Tendency , Fashion Involvement Dan Visual Merchandising Terhadap Consumer Buying Decision Process Pada Zoya Fashion." *E- Jurnal Manajemen UIN Syarif Hidayatullah*.
- Ariati, Rizka Aulya, and Marynta Putri Pratama. 2020a. "Pengaruh Fashion Consciousness, Materialism, Dan Lifestyle Terhadap Intention to Purchase Counterfeit Product Dengan Consumer Attitude toward Countereit Product Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 2 (3): 358–75. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i3.485>.
- . 2020b. "Pengaruh Fashion Consciousness, Materialism, Dan Lifestyle Terhadap Intention to Purchase Counterfeit Product Dengan Consumer Attitude toward Countereit Product Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 2 (3): 358–75. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i3.485>.
- Ariffin, Aghnia Nadhifa, and Agustinus C Februadi. 2022. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, Dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal." *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar* 13 (01): 13–14.
- Aristawati, Qoidah Weka, and Ari Prasetyo. 2021. "Pengaruh Source of Fashion Knowledge Dan Fashion Consciousness Terhadap Hijab Fashion Purchase

Intention Pada Mahasiswi Muslim Di Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 8 (4): 451. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20214pp451-461>.

Consciousness, Pengaruh Fashion, Value Consciousness, Dan Counterfeit, Proneness Terhadap, Purchase Intention, Value Consciousness, Attitude Toward, et al. 2015. “Pengaruh Fashion Consciousness , Value Consciousness Dan Counterfeit Proneness Terhadap Purchase Intention Dengan Attitude Toward Counterfeit Product Sebagai Variabel Intervening (Study Pada Sepatu Tiruan Di Kabupaten Kebumen) Wijiatur Manajemen STIE Pu.” *Pengaruh Fashion Consciousness , Value Consciousness Dan Counterfeit Proneness Terhadap Purchase Intention Dengan Attitude Toward Counterfeit Product Sebagai Variabel Intervening (Study Pada Sepatu Tiruan Di Kabupaten Kebumen) Wijiatur Manajemen STIE Pu*, 1–9.

Dachyar, M., and Liska Banjarnahor. 2017. “Factors Influencing Purchase Intention towards Consumer-to-Consumer e-Commerce.” *Intangible Capital* 13 (5): 946–66. <https://doi.org/10.3926/ic.1119>.

Demirbag, Mehmet, Sunil Sahadev, and Kamel Mellahi. 2010. “Country Image and Consumer Preference for Emerging Economy Products: The Moderating Role of Consumer Materialism.” *International Marketing Review* 27 (2): 141–63. <https://doi.org/10.1108/02651331011037494>.

Dewi, Listiana Kurnia, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta, Istyakara Muslichah, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia, and Daerah Istimewa Yogyakarta. 2022. “Pengaruh Kesadaran Fashion Muslim Dan Faktor-Faktornya Terhadap Konsumsi Fashion Muslim Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1 (2): 60–77.

Elmiani, Haqu Imaning. 2020. “Motivasi Milenial Pada Penggunaan Outfit Batik.” *Motivasi Milenial Pada Penggunaan Outfit Batik*, 2–3.

ETHEL SILVA DE OLIVEIRA. 2017. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.” *Jurnal Ekonomi STAIN Sorong*, no. December: 1–5.

- F Rio Winto. 2021. "Tren Fashion Dunia Berkembang Pesat Di Indonesia." *Investor.Id.* 2021. <https://investor.id/lifestyle/274426/tren-fashion-dunia-berkembang-pesat-di-indonesia>.
- Farrag, Dalia Abdelrahman. 2017. "The Young Luxury Consumer in Qatar." *Young Consumers* 18 (4): 393–407. <https://doi.org/10.1108/YC-06-2017-00702>.
- Frunzaru, Valeriu. 2015. "Materialistic Values, Shopping, and Life Satisfaction in Romania." *Revista Română de Sociologie*, no. 3-4/2015: 299–313.
- Galih, Bayu. 2017. "2 Oktober 2009, UNESCO Akui Batik Sebagai Warisan Dunia Dari Indonesia." *Kompas.Com.* 2017. <https://nasional.kompas.com/read/2017/10/02/08144021/2-oktober-2009-unesco-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-dari-indonesia>.
- Handa, Meenakshi, and Arpita Khare. 2013. "Gender as a Moderator of the Relationship between Materialism and Fashion Clothing Involvement among Indian Youth." *International Journal of Consumer Studies* 37 (1): 112–20. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01057.x>.
- Handayani, Retno Astuti. 2016. "Pengaruh Minat Remaja Dalam Pemakaian Batik Terhadap Pelestarian Batik Kudus." *E-Jurnal Pendidikan Kesejahteraan Keluarga UNNES*, no. 1: 1–57.
- Hassan, Siti Hasnah, and Harmimi Harun. 2016. "Factors Influencing Fashion Consciousness in Hijab Fashion Consumption among Hijabistas." *Journal of Islamic Marketing* 7 (4): 476–94. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2014-0064>.
- Hindrayani, Aniek, Alamat Redaksi, Jln Pertamina Sengkuang Km, Kotak Pos, Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang, and Kalimantan Barat. 2022. "DEWAN REDAKSI Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief) Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7. <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>.
- HS, Santi Pertiwi, Rika Uswatun Hasanah, Nurhasanah, and Denny Lesmana. 2020. "Pengembangan Dan Pelestarian Eb Batik Di Era Modern." *Pengembangan Dan Pelestarian EB Batik Di Era Modern*, 10.

- Islamiah, Nur. 2015. "Dampak Negatif Budaya Asing Pada Gaya Hidup Remaja Kota Makassar." *E-Jurnal Dakwah Komunikasi UIN Alaudin Makasar*, 1–97.
- Japarianto, Edwin, and Sugiono Sugiharto. 2012. "Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 6 (1): 1–24. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.32-41>.
- Jones, Christie, and Soyoung Kim. 2010. "Influences of Retail Brand Trust, off-Line Patronage, Clothing Involvement and Website Quality on Online Apparel Shopping Intention." *International Journal of Consumer Studies* 34 (6): 627–37. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00871.x>.
- Kajian, B A B I I, Penelitian Terdahulu, Florida Tilaar, Joyce Lopian, Rosian Anwar, Wijaya Adidarma, Florida Tilaar, Joyce Lopian, and Ferdy Roring. 2018. "Minat Beli Pengguna Shoppe . Data Dikumpulkan Dengan Wawancara Dan Menyebarkan Kuesioner Sebanak 60 Dengan Menggunakan Teknik Purposive Sampling Kepada Pengguna Shoppe . Hasil Dari Penelitian Menunjukkan Bahwa Pengaruh Kepercayaan Dan Motivasi Berpengaruh Po," 14–32.
- Karabati, Serdar, and Zeynep Cemalcilar. 2010. "Values, Materialism, and Well-Being: A Study with Turkish University Students." *Journal of Economic Psychology* 31 (4): 624–33. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.04.007>.
- Keren, Keren, and Sulistiono Sulistiono. 2019. "Pengaruh Motivasi, Budaya, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 7 (3): 319–24. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>.
- Kosanke, Robert M. 2019. "濟無No Title No Title No Title," 12–30.
- Kusuma, A.A. G Agung Artha, and KM Agus Satria Pramudana. 2017. "Dampak Globalisasi Pasar Dan Produksi: Ditengah Lingkungan Bisnis Nasional." *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, no. 1: 151. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i02.p05>.

- Laksana & Suparna. 2015. "Peran Motivasi Hedonis Memediasi Pengaruh Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online." *E-Jurnal Manajemen Unud* 4 (6): 1661–75.
- Lipovčan, Ljiljana Kaliterna, Zvezdana Prizmić-Larsen, and Tihana Brkljačić. 2015. "Materialism, Affective States, and Life Satisfaction: Case of Croatia." *SpringerPlus* 4 (1): 1–9. <https://doi.org/10.1186/s40064-015-1494-5>.
- Lovink Angel Dwi Karina, and Etna Nur Afri Yuyetta. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Yang Mempengaruhi Return Saham." *Jurnal Agribisnis* 2 (2): 183–201.
- Manajemen dan Kewirausahaan Jurnal, Jurnal, and Luthfia Hana Praptono. 2016. "UNIVERSITAS SEBELAS MARET FOKUS MANAJERIAL Purchase Intention: Apakah Tampilan Website Berpengaruh? Purchase Intention: Do E-Servicescape Has Effect?" *Fokus Manajerial* 14 (2): 101–14.
- Margaretha, Yolla, and Henky Lisan S. 2012. "Pengaruh Fashion Clothing Involvement Terhadap Recreational Shopper Identity Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 3 (2). <https://doi.org/10.17509/jimb.v3i2.1054>.
- Mayasari, Naomi dan. 2012. "Pendahuluan Sebagai Sumber Referensi Empirik , Penelitian Ini Mengacu Pada Penelitian Yang Telah Dilakukan Sebelumnya . Penelitian Tersebut Dilakukan Oleh Naomi Dan Mayasari (2012), Dimana Model Atau Kerangka Penelitian Ini Adalah Sebagai Berikut : Kera." *Serviens Lumine Veritatis*, 13–27.
- Michaela, Elram, and Steiner Lavie Orna. 2015. "Fashion Conscious Consumers, Fast Fashion and the Impact of Social Media on Purchase Intention." *Academic Journal of Interdisciplinary Studies* 4 (3): 173–78. <https://doi.org/10.5901/ajis.2015.v4n3s1p173>.
- Mirabi, Vahidreza, Hamid Akbariyeh, and Hamid Tahmasebifard. 2015. "A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study : The Agencies of Bono Brand Tile in Tehran." *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)* 2 (1): 267–73.

- Moran, Tal, Yoav Bar-Anan, and Brian A. Nosek. 2015. "Processing Goals Moderate the Effect of Co-Occurrence on Automatic Evaluation." *Journal of Experimental Social Psychology* 60: 157–62. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.05.009>.
- Muposhi, Asphat. 2021. "Mempengaruhi Milenium Untuk Merangkul Mode Berkelanjutan Di Pasar Yang Sedang Berkembang: Perspektif Model Penghindaran Merek Yang Dimodifikasi." *Jurnal Pemasaran Dan Manajemen* . <https://doi.org/10.1108/JFMM-0>.
- Natalie A., Angela, and Edwin Japariato. 2019. "Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Value Di H&M Store Pakuwon Mall Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13 (1): 40–46. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.40-46>.
- Panta, Nadia Saryta. 2022. "Influence of Fashion Involvement, Attitude, and Price, Toward Purchase Intention of Ethnic Weaving." *International Journal of Current Science Research and Review* 05 (02): 424–34. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v5-i2-16>.
- Pustaka, Kajian, Kerangka Pemikiran, and D A N Hipotesis. 2016. "Unikom_Diana Agustina_Bab Ii." *Jurnal Unikom*.
- Putri, Vanya Karunia Mulia. 2021. "Upaya Untuk Melestarikan Batik Nusantara Agar Bersaing Di Era Globalisasi." Kompas.Com. 2021. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/02/173000969/upaya-untuk-melestarikan-batik-nusantara-agar-bersaing-di-era-globalisasi>.
- Qoryama, Masita Ummul. 2017. "Hubungan Antara Materialisme Dan Perilaku compulsive Buying." Edited by qoryama m. *Hubungan Antara Materialisme Dan Perilaku Compuulsive Buying*, 106. <http://lib.unnes.ac.id/29946/>.
- Rahman, Mahfuzur, Mohamed Albaity, Che Ruhana Isa, and Nurul Azma. 2018. "Towards a Better Understanding of Fashion Clothing Purchase Involvement." *Journal of Islamic Marketing* 9 (3): 544–59. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0028>.

- Ramadhan, Febry Yonanda. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Serta Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Indi Home Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Wilayah Samarinda Kota)." *Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda* 53 (9): 1689–99.
- Ramadhian, Nabilla. 2020. "Alasan Batik Indonesia Diakui UNESCO Sebagai Warisan Budaya Dunia Halaman All - Kompas.Com." Kompas.Com. 2020. <https://travel.kompas.com/read/2020/10/05/174000427/alasan-batik-indonesia-diakui-unesco-sebagai-warisan-budaya-dunia?page=all>.
- Regina, Giovanna Winatha, and I Putu Gde Sukaatmadja. 2014. "INTERNET TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Aktivitas Berbelanja . Andrew Dalam Anonim (2010), Yang Merupakan Managing Director Microsoft Advertising Greater Asia." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 751–69.
- Sahara, Afrianty. 2018. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASHION CONSCIOUSNESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Survei Pada Konsumen Perempuan Di House of Ria Miranda Malang)." *PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASHION CONSCIOUSNESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Survei Pada Konsumen Perempuan Di House of Ria Miranda Malang)*.
- Sari, Saidah Putri. 2020. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8 (1): 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Soeganda, Vincentia Deavy Pamvelia. 2021. "Pengaruh Perkembangan Mode Terhadap Batik." *Folio Volume 2*, 33–38.
- Sojali, Rudi, Riza Rizki Iffani, Luvita Tulus, Dewi Noviyanti, Adelia Ermawanti, and Rismawati BR. Sitepu. 2021. "Pengaruh Trend Hijab Terhadap Minat Beli Kaum Wanita Muslimah." *Media Mahardhika* 19 (3): 608–17. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.285>.

- Suciati. 2020. “Kajian Komparatif Desain Busana Nasional Wanita Indonesia Karya Baron Dan Biyan Dengan Karya Adjie Notonegoro.”
- Sujono, Yusak Agustinus, Heru Wijayanto, and Oliandes Sondakh. 2013. “Pengaruh Beliefs Dan Materialism Terhadap Keputusan Pembelian Tas Bajakan Di Surabaya.” *Jurnal Gema Aktualita* 2 (2): 18–28.
- Susanto, Azhar. 2017. “Sistem Pembelian Bahan Baku Lokal Pada Pt Akebono Brake Astra Indonesia.” *Pengertian Sistem Dan Prosedur* 4 (80): 4. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/935>.
- Syauqina, Zahra, Putut Haribowo, and Yusmar Ardhi Hidayat. 2022. “Influence of Environmental Knowledge and Fashion Consciousness on Green Purchase Intention of Sustainable Fashion Products” 23: 221–32.
- Talaat, Riham Mohamed. 2022. “Fashion Consciousness, Materialism and Fashion Clothing Purchase Involvement of Young Fashion Consumers in Egypt: The Mediation Role of Materialism.” *Journal of Humanities and Applied Social Sciences* 4 (2): 132–54. <https://doi.org/10.1108/jhass-02-2020-0027>.
- Tirtasari, Lorencia. 2008. “Memahami Motivasi Perilaku Imitasi Fashion Korea Selatan Di Semarang.” *Animal Genetics* 39 (5): 561–63.
- Tyaswara, Baruna, Reza Rizkina Taufik, Mahardiansyah Suhadi, Ratna Danyati, and Akademi Bahasa Asing BSI Jakarta. 2017. “Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung.” *Jurnal Komunikasi* 3 (September): 2579–3292.
- Unud, E-jurnal Manajemen. 2015. “PENGARUH FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN FASHION YANG DIMEDIASI POSITIVE EMOTION DI KOTA DENPASAR” 4 (6): 1684–1700.
- Vanya Karunia Mulia Putri. 2021. “Upaya Untuk Melestarikan Batik Nusantara Agar Bersaing Di Era Globalisasi.” Kompas.Com. 2021. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/02/173000969/upaya-untuk-melestarikan-batik-nusantara-agar-bersaing-di-era-globalisasi>.
- Veronica Dewi. 2014. “Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Swalayan ADA Pati.” *Pengaruh*

Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap ..., no. August 2014.
<http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=36955>.

Wicaksana, Arif. 2016. “*濟無*No Title No Title No Title.” *Https://Medium.Com/*, no. Arnolud: 12–41. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Wijaya, Angga Pandu, and Agung Yuniarinto. 2015. “Pengaruh Hedonisme Dan Materialisme Terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif Di Kota Malang.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 4 (1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2417>.

Wulandari, Kurnianingtias. 2018. “PENGARUH KECANDUAN INTERNET DAN MATERIALISME TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF ONLINE Kurnianingtias Wulandari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali – Indonesia Globalisasi Membawa Banyak Perubahan Pada Cara Transaksi Dan Kegiatan Dun.” *E-Jurnal Manajemen Unid* 7 (2): 1021–49.

Yulia Hermanto, Elleinda. 2016. “Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10 (1): 11–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.11-19>.