

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2008). DESAIN DALAM KRIYA SENI DAN INDUSTRI KERAJINAN. *Jurnal Seni Rupa ISI Surakarta*, 5(2). <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/ornamen/article/view/917/909>
- Angelita, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Persaingan Global, Perubahan Preferensi Konsumen dan Opini Publik terhadap Ancaman Perusahaan. *Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 2(2), 85–96. <https://doi.org/10.38035/jgit.v2i2.238>
- Arafi, M. (2022). Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mutiara Tikar Di Tasikmalaya). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(11). <https://doi.org/10.56799/jim.v2i11.2307>
- Arsa, I. K. S. (2016). Diversifikasi Bahan dan Teknik Penciptaan Perhiasan sebagai Pemenuhan Kebutuhan Gaya Hidup Masyarakat di Era Postmodern. *Mudra*, 31(2). <https://doi.org/10.31091/mudra.v31i2.33>
- Asraini, D. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Nusantara Surya Sakti Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/283>
- Bastrygina, T., Lim, W. M., Jopp, R., & Weissmann, M. A. (2024). Unraveling the power of social media influencers: Qualitative insights into the role of Instagram influencers in the hospitality and tourism industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 214–243. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.01.007>
- Conejo, F. J. (2018). PERSPECTIVES ON QUALITATIVE LUXURY BRAND ASPECTS. *Journal of International Marketing Strategy*, 6(1). <https://mtmi.us/jims/dec-2018/07%20PERSPECTIVES%20ON%20QUALITATIVE%20LUXURY%20BRAND%20ASPECTS.pdf>
- Febriyanto, W. (2024). LIUK MOTIF PARANG GONDOSULI GAYA YOGYAKARTA DALAM UNTAIAN PERHIASAN KARYA BODY JEWELERY. *INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA*. https://digilib.isi.ac.id/18657/3/Wisnu%20Febriyanto_2024_Full%20Text.pdf
- Firdaus, I. F., Yusnita, R. T., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Desain Produk Dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 50–67. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i3.207>

- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Madey, N., Leni, P., Nabila, R., & Dwita, V. (2020). *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen : Prinsip Dasar, Strategi dan Implementas*. Diandra Primamitra Media.
- Hardi Purba, H., Maarif, M. S., Yuliasih, I., & Hermawan, A. (2018). PENGEMBANGAN PRODUK MAKANAN COKELAT BERBASIS PREFERENSI KONSUMEN. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 28(1), 40–47. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2018.28.1.40>
- Hariono, L. (2018). APAKAH E-WOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) BISA MENGALAHKAN WOM (WORD OF MOUTH) DALAM MEMPENGARUHI PENJUALAN. *Kompetensi*. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i1.4946>
- Hendranto, D. W. (2019). Logam Perhiasan Sebagai Ekspresi Seni Kontemporer. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 7(1). <https://doi.org/10.36806/jsrw.v7i1.66>
- Husni, N., & Riza, Y. (2022). MAKNA FILOSOFIS SUNTIANG SEBAGAI HIASAN KEPALA TRADISIONAL WANITA MINANGKABAU. *Jurnal Studi Budaya Nusantara - SBN*, 6(2), 116–122. <https://scholar.uinib.ac.id/id/eprint/1267/1/172-658-1-PB.pdf>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Latte, J., & Manan, Abd. (2022). PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS ANYAMAN PURUN DI KECAMATAN HAUR GADING KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA. *Inovatif*, 4(1). <https://doi.org/10.36658/ijan.4.1.92>
- Monika, I. (2020). Perancangan Produk Set Perhiasan Bergaya Postmodern Dengan Inspirasi Budaya Suku Osing. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*. <https://digilib.isi.ac.id/6110/3/Jurnal%20Isnaini%20Monika.pdf>
- Muna, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Kerajinan Perhiasan Desa Celuk- Sukawati, Kabupaten Gianyar -Bali. *Journal on Education*, 5(3), 9788–9798. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/1862>
- Nurhijrah. (2024). *PELENGKAP BUSANA BERSIFAT AKSESORIS*. Tahta Media.

- Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, & Saputra, E. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Soedarmadji, T. (2019). PERANCANGAN PERHIASAN TERINSPIRASI DARI BUNGA KAMBOJA SEBAGAI BUNGA IDENTITAS AGAMA HINDU DI PULAU BALI. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2). <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/3321/2463>
- Stokburger-Sauer, N. E., & Teichmann, K. (2013). Is luxury just a female thing? The role of gender in luxury brand consumption. *Journal of Business Research*, 66(7), 889–896. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.12.007>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sunarmi, & Puspitasari. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Perhiasan Emas di Kota Metro. *FAIR: FINANCIAL & ACCOUNTING INDONESIAN RESEARCH*, 2(1), 25–30. <https://doi.org/10.36232/fair.v2i1.1325>
- Susanto, M. A., & Indrojarwo, B. T. (2016). Desain Aksesoris Fashion Wanita Urban Dengan Eksplorasi Material Kaca. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 5(2). <https://www.neliti.com/id/publications/134221/desain-aksesoris-fashion-wanita-urban-dengan-eksplorasi-material-kaca>
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Penerbit Andi.
- Wardhana, A. (2022). *CONSUMER BEHAVIOUR: ESSENCE, POSITION & STRATEGY*.
- Wei, J., Shen, H., & Lu, Z. (2024). A study on the purchase intention of luxury goods from the perspective of face perception and expected regret. *PLOS ONE*, 19(3). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297050>
- Wenas, T. T. A. (2017). PERBEDAAN BRAND PREFERENCE KONSUMEN PADA PRODUK MEREK LOKAL DENGAN PRODUK MEREK GLOBAL. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(5). <https://doi.org/10.37715/jp.v2i5.602>
- Yudantoro, T. (2020). Motif Batik Parang Barong Sebagai Ide Pembuatan Perhiasan Wanita. *Jurnal Ilmiah Penciptaan Karya Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta*. https://digilib.isi.ac.id/10154/4/Naskah%20Publikasi_Trevianto%20Swandanu.pdf