

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D.K. (2001). *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Surabaya: Fajar Mulya.
- Agarha, M. (2018). Analisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik Barong Gung Tulungagung. Tulungagung: SKTPI PGRI
- Ajzen, I. (1991), "The theory of planned behavior," *Organizational behavior and human decision processes*, 50:179-211.
- Ajzen, I. (2001), Nature and operation of attitudes," *Annual review of psychology*, 52:27-58.
- Anis, M. & Indriyagandhi. (2020). Analisis faktor pendorong minat masyarakat terhadap pemakaian batik dalam upaya pelestarian Batik Pati. *Journal Prosiding IENACO*, 82:339–347.
- [Anonim]. (2021). Fungsi dan kegunaan kain Batik. <https://www.bahankain.com/2021/08/03/batik-dan-fungsi-kegunaannya>. Diakses 30 Oktober 2024.
- Aprilia, C. (2023). Tokoh dunia makin banyak pakai batik, sandiaga: nilai ekspornya akan naik 30 persen. <https://travel.okezone.com/read/2023/10/02/406/2893637/tokoh-dunia-makin-banyak-pakai-batik-sandiaga-nilai-ekspornya-akan-naik-persen?page=all>. Diakses 30 Oktober 2024
- Aripin, Z. & Negara, P. (2021). *Perilaku bisnis: etika bisnis & perilaku konsumen*. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Asih, P. (2021). Penggunaan deterjen untuk mencuci kain batik. *Jurnal Imliah Padma Sri Kreshna*, 3:1–6.
- Bahkti, P. (2018). Motivasi konsumen dalam keputusan pembelian produk Jogja Scrumny [skripsi]. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- Barbopoulos, I. & Johansson, L. O. (2017). The consumer motivation scale: development of a multi-dimensional and context-sensitive measure of consumption goals. *Journal of Business Research*, 76:118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.012>.
- Binti Rohmani Taufiqoh, I. N. & Khotimah, H. 2018. Batik sebagai warisan budaya Indonesia. [Prosiding] Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia (SENASBASA); Sukoharjo, oktober 2018. Sukoharjo: Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo. Hlm 58-65.
- Carol S. D. (2006). *Mindset: the new psychology of success*. New York City: Random House Publishing Group.
- Darmokusumo, M. S. & Ayu. (2015). *Batik Yogyakarta dan perjalanannya dari masa ke masa*. Jakarta: Kaki Langit Kencana.

- Elmiani, I. H. (2020). Motivasi milenial pada penggunaan outfit batik [skripsi]. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Evita, N. Y., T., A. & Prabhawati, A. (2022). Pengakuan UNESCO atas batik sebagai warisan budaya tak benda (WBTB). *Jurnal majalah ilmiah dian ilmu*, 21:113–128.
- Faisal, M., & Karugusteeliana. (2019). Analisis behavioral intention pada penggunaan digital payment dengan menggunakan metode technology acceptance model 3 (studi kasus pada aplikasi linkaja). [Prosiding] Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi dan Keamanan Siber (SIENASI-KESI); Jakarta, 24-25 Oktober 2019. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Hlm 1–11.
- Fadli, R., Hidayati, S., Cholifah, M., Abdullah Siroj, R., Win Afgani, M., & Raden F., P., U. (2023). Validitas dan reliabilitas pada penelitian motivasi belajar pendidikan agama islam menggunakan product moment. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 3: 1734-1739.
- Fadilah, S. (2020). Hubungan antara pendidikan dan pengeluaran konsumsi pakaian tradisional. *Jurnal ekonomi dan sosial*, 13(2):70-84.
- Fauzi, F. & Asri, R. (2020). Pengaruh etnosentrisme, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian batik (Studi pada konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2): 86-95.
- Firmansyah. (2019). Pemasaran produk dan merek (*planning & strategi*) (Qiara Media, Ed.). Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitria, S. & Pratama, A. (2021). Evolusi batik: kenyamanan dan desain dalam pemakaian sehari-hari. *Jurnal fesyen dan budaya*, 17:45-59.
- Hakim, M. L. (2018). Batik sebagai warisan budaya bangsa dan nation brand Indonesia. *Journal of International Studies*, 1(1):60–89.
- Hartutik, R. P., Praningtyas, N. R., Putri, R. O., Puspita, M. & Limantara, A. D. (2024). Evaluasi faktor-faktor minat beli generasi Z terhadap produk batik khas Kediri dengan pendekatan faktor rating. [Prosiding] Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis; Kediri, 2024. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hlm 1349-1354.
- Indriani, S. (2020). Tren batik modern untuk pria: keseimbangan antara tradisi dan gaya kontemporer. *Jurnal mode dan gaya hidup*, 15:55-67.
- Indriyani & Suri. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14:25–34.
- Iskandar, & Kustiyah, E. (2017). Batik sebagai identitas kultural bangsa Indoneisa di era globalisasi. *Journal Gema*, 30(52): 2456–2472.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008). Manajemen pemasaran, Ed ke-13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lutfiati, D. (2017). Minat konsumen terhadap batik mirota Surabaya. *Jurnal Penelitian Busana dan Desain*, 1:1-10.

- Musfar, Meilisa, & Noviasari. (2021). Proses green purchase intention industri kriya kayu di Pekanbaru. Indramayu : CV. Adanu Abimata.
- Nanda, A., Rahmatullah. & Putra. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen: produk, harga, pelayanan dan lokasi. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2):356–367.
- Nasution, S., A. & Aslami, N. (2022). Analisa peningkatan minat terhadap produk asuransi Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 5:254-262.
- Prityanto, T. & Nugroho, A. P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada produk baju batik Madura. *Journal of Indonesian Economic Research*, 1(2):62-74.
- Rahmawati, A., M. (2023). Perjalanan Batik: dari busana raja hingga kini dipakai masyarakat biasa. <https://www.detik.com/jateng/budaya/d-6998785/perjalanan-batik-dari-busana-raja-hingga-kini-dipakai-masyarakat-biasa>. Diakses 30 Oktober 2024.
- Rahmawati, D. & Fadilah, S. (2020). Pengaruh budaya terhadap keputusan penggunaan batik. *Jurnal sosial dan budaya*, 17(2):56-70.
- Ranuhandoko, N., Gunarti, W. & Rosalinda, H. (2015). Pemberdayaan PKK pandan wsangi Bekasi Barat dalam pengembangan usaha kaos motif batik Bekasi. *Jurnal Kesehatan Sosial*, 2(2):138–149. <http://www.universitas-trilogi.ac.id/journal/ks>.
- Ramandhianty, D., L. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan sikap resiko terhadap perilaku investor dengan motif menabung sebagaiediasi {Skripsi}. Surabaya: Universitas Erlangga
- Ratuannisa, T., Santosa, I., Kahdar, K. & Syarief, A. (2020). Shifting of batik clothing style as response to fashion trends in Indonesia. *Jurnal Seni Budaya*, 35(2):133–138.
- Rinnanik, Mustafa, A., & Rahayu. (2022). Monograf niat beli produk hijau. Indramayu: Adab.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisi faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1):432-439.
- Santosa, W. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian batik di pasar tradisional. *Jurnal pemasaran indonesia*, 8:75-84.
- Sari, D., & Purnama, M. (2020). Pengaruh norma sosial terhadap penggunaan batik di Indonesia. *Jurnal sosial dan budaya*, 14:88-102.
- Saputra, F. (2022). The role of human resources, hardware and databases in mass media companies. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1): 45–52.
- Sari, Aima, & Zefriyenni. (2024). Mengurai turver intentions: strategi mempertahankan karyawan. Padang: CV. Gita Lentera.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). Perilaku konsumen (Zoekifli Kasip & Rita Maharani, Penerjemah). Ed ke-7. Jakarta: Indeks.

- Setiadi, J., N. (2019). Perilaku konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen. Ed ke-3. Bandung: Prenada Media.
- Setiawan, A., & Arifah, L. (2021). Etika berbusana dalam desain batik: membangun keseimbangan antara tradisi dan tren modern. *journal budaya dan fesyen*, 19:51-64.
- Setyaningrum, R. P. (2021). Enhancing customer loyalty through product innovation and perceived value. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3): 1337–1355. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5ns3.1816>.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan (Cetakan ke 3). Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). Ed ke-3. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif. Ed ke-3. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Susanti, E., & Sismanto, A. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli batik besurek pada toko Sari Rasa. *Jurnal Entreprenuer dan Manajemen Sains*, 2(1):53-58.
- Sutrisno, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. Ed ke-13. Jakarta: Prananda media group.
- Utami, N. A., & Tamami, N. D. B. (2020). Preferensi konsumen terhadap pembelian batik tulis di pamekasan. *Jurnal Agriscience*, 1(1):260-271.
- Wibowo, A. (2020). Perilaku konsumen dan hubungan masyarakat. Ed Wawan Susanto. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widiastuti, R. (2021). Pengaruh kenyamanan dan desain terhadap keputusan penggunaan batik di kalangan masyarakat. *Jurnal mode dan kesenian*, 13:110-121.
- Wulandari. (2022). Makna filosofi, cara pembuatan, dan industri batik. Depok: Andi.
- Yuliana, R. (2020). Tantangan Batik Bekasi dalam menghadapi pasar global. *Jurnal industri kreatif*, 18:100-114.
- Yuliana, R., & Astuti, A. (2020). "Evolusi batik dalam fesyen modern: antara tradisi dan inovasi. *Jurnal kebudayaan dan fesyen*, 12:45-58.
- Yuliara, M. I. (2016). Regresi liner sederhana [Skripsi]. Bali: Universitas Udayana.