

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto, R. W. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta.
- Adler, P., & Adler, P. (1987). *Membership Roles in Field Research*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412984973>
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. *Cetakan Ke-13 Bandung., Alfabeta*.
- Amruddin. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9–10.
- Anitah, S. (2008). *Media pembelajaran*. Surakarta: UNS press.
- Blakeman, R. (2011). Advertising campaign design. *Just the Essentials*.
- Bolang, J. (2024, August 8). *Rahasia Capsule Wardrobe: Bagaimana Mengelola Lemari Pakaian Anda dengan Sederhana dan Stylish!* Manadopost.
- Bolang, J. (2025). Fast Fashion atau Sewa Baju? Ini Keunggulan & Kekurangan yang Harus Kamu Tahu! <https://Manadopost.Jawapos.Com/Lifestyle-Teknologi/285716836/Fast-Fashion-Atau-Sewa-Baju-Ini-Keunggulan-Kekurangan-Yang-Harus-Kamu-Tahu>.
- Boone, L. E., Kurtz, D. L., & Berston, S. (2019). *Contemporary business*. John Wiley & Sons.
- Clarissa, F. (2023, May 5). *Perjalanan 14 Tahun Carline dan Ria Berkarya Membangun Cottonink*. <https://Cottonink.Co.Id/Blogs/Beauty-and-Health/Perjalanan-14-Tahun-Carline-Dan-Ria-Berkarya-Membangun-Cottonink?SrsItd=AfmBOooFwLYonUn10FWUfLQIFdfScmtDP3uAKuxheuKFugI3PII1eLwQ>.
- Dewi, R., & Nugroho, R. (2022). Mengenal Fenomena Fast Fashion, Ciri-Ciri, dan Dampaknya. <https://Www.Kompas.Com/Tren/Read/2022/09/15/113000165/Mengenal-Fenomena-Fast-Fashion-Ciri-Ciri-Dan-Dampaknya?Page=all,Tren>.
- Diantari, N. K. Y. (2021). Trend cycle analysis on fast fashion products. *Journal of Aesthetics, Design, and Art Management*, 1(1), 24–33.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Graham, L. (2005). Basics of design. *Thomson/Delmar Learning*.

- Hamilton, R., & Price, L. L. (2019). Consumer journeys: Developing consumer-based strategy. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 47, pp. 187–191). Springer.
- Hardjo, D. (2022, February 1). *Tertarik Coba Rental Baju? Simak Hal yang Perlu Diperhatikan Terlebih Dahulu*. Beautynesia.
- Hariyadi, G. T., Nuryanto, I., & Wijaya, M. P. (2020). Upaya Brand Salience untuk Mendorong Terjadinya Brand Resonance. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1).
- Harsanto, P. W. (2019). *Fotografi desain*. PT Kanisius.
- Hastuti, S. (2022, April 25). *Analysis 9 Blok BMC Cottonink*. <https://www.youtube.com/watch?v=hWbZ7N2eg0s>.
- Heller, E. (2009). *Psychologie de la couleur: effets et symboliques*. Pyramid.
- Herold, P. & P. D. (2023). Is fast fashion finally out of season? Rental clothing schemes as a sustainable and affordable alternative to fast fashion. *Geoforum*, 146.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=1wwVEAAAQBAJ>
- Indrawati, N. (2023). *Pengaruh Tren Fashion Terhadap Lingkungan*.
- Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Kurnianto, A. (2013a). Analisis layout surat kabar berdasarkan prinsip-prinsip desain melalui metode estetika birkhoff. *Humaniora*, 4(2), 986–994.
- Kurnianto, A. (2013b). Analisis layout surat kabar berdasarkan prinsip-prinsip desain melalui metode estetika birkhoff. *Humaniora*, 4(2), 986–994.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Maharani, H. (2024). Mengenal Capsule Wardrobe Serta Tips Membuatnya agar Tetap Stylish. <https://www.detik.com/Bali/Berita/d-7354448/Mengenal-Capsule-Wardrobe-Serta-Tips-Membuatnya-Agar-Tetap-Stylish>.
- Mecadinisa, N. (2020). Lebih Sekedar Tren Fashion, Cottonink hadirkan Koleksi Ramah Lingkungan dengan Serat Tencel. <https://www.fimela.com/fashion/read/4371102/Lebih-Dari-Sekedar->

Tren-Fashion-Cottonink-Hadirkan-Koleksi-Ramah-Lingkungan-Dengan-Serat-Tencel?Page=3.

- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2008). *Advertising Ed.8*. Kencana.
<https://books.google.co.id/books?id=IhZNDwAAQBAJ>
- Musman, A. (2023). *The Art of Copywriting: Cara Mudah Mendapatkan Konsumen dan Mencetak Cuan di Atas Rata-rata*. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=ArDGEAAAQBAJ>
- Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., & Rojiati, U. (2021). *Teori perilaku konsumen*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. McGraw-Hill. <https://books.google.co.id/books?id=4D1VPgAACAAJ>
- Putra, I., Endriawan, D., & Zen, A. (2023). *EKSPLORASI WARNA EARTHTONE DALAM PENCIPTAAN KARYA FOTOGRAFI OUTFIT. 10*.
- Ramadani, P. (2022). Fast Fashion Waste, Limbah yang Terlupakan. <https://www.its.ac.id/news/2022/11/02/fast-fashion-waste-limbah-yang-terlupakan/>.
- Ray, M. L. (1981). *Advertising and Communication Management*. Prentice-Hall.
https://books.google.co.id/books?id=rZ_zAAAAMAAJ
- Rent the Runway*. (2025, May 2). Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Rent_the_Runway
- Santosa, S. (2013). Creative advertising. *Elex Media Komputindo*, 175.
- Schloss, K. B., & Palmer, S. E. (2011). *Aesthetic response to color combinations: preference, harmony, and similarity*.
- Sharma, R. (2020). Building consumer-based brand equity for fast fashion apparel brands in the Indian consumer market. *Management and Labour Studies*.
- Shinta, F. (2018). *Kajian Fast Fashion dalam Percepatan Budaya Konsumerisme. Vol. 3 No. 1*(Open Issues), 64–65. <https://doi.org/10.25124/rupa.v3i1.1329>
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Humaniora*, 5(2), 561–570.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. 194.

- Sukmawati, W. (2024). Capsule Wardrobe sebagai Alternatif Etis Fast Fashion. *<https://Unair.Ac.Id/Capsule-Wardrobe-Sebagai-Alternatif-Etis-Fast-Fashion/>*.
- Susilawati, D., & Rezkisari, I. (2018, September 6). *Rahasia Sukses Bisnis Mode Cottonink*. <https://Ameera.Republika.Co.Id/Berita/Pemty6328/Rahasia-Sukses-Bisnis-Mode-Cottonink>.
- Syamsir, S. S. (2023). ANALISIS RESEPSI AWAN THE SERIES PADA AKUN INSTAGRAM@ hondajagoanku UNTUK MENDAPATKAN CONSUMER INSIGHT= ANALYSIS OF" AWAN THE SERIES" RECEPTION ON INSTAGRAM ACCOUNT@ hondajagoanku TO GET CONSUMER INSIGHT. *Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin*.
- Taylor, C. R., George R., F., & and Bang, H.-K. (2006). Use and Effectiveness of Billboards: Perspectives from Selective-Perception Theory and Retail-Gravity Models. *Journal of Advertising*, 35(4), 21–34. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367350402>
- Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran*. Penerbit Andi.