

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (2021). *Aaker on branding: 20 principles that drive success*. Morgan James Publishing.
- Antara. (2025). Menperin: Nilai ekspor batik 7,63 juta dolar AS pada triwulan I 2025. *LKBN Antara*.
<https://www.antaranews.com/berita/5001913/menperin-nilai-ekspor-batik-763-juta-dolar-as-pada-triwulan-i-2025>
- Aw, E. C. X., & Labrecque, L. I. (2020). *Celebrity endorsement in fashion branding*. Routledge.
- Bettaieb, D. M., & Alsobahi, A. (2022). Use of design theories and principles in visual brand identity elements in commercial and retail banks. *Journal of Visual Art and Design*, 14(2), 111–137. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2022.14.2.8>.
- Detik. (2021). Sejarah batik klasik Jawa dan perannya dalam budaya keraton. *Detikcom*.
- DW. (2023). Batik Indonesia: Antara tradisi dan modernisasi. *Deutsche Welle*.
- Fadzilah, I. N., Purba, M. E., Widyastika, S. R., & Layman, C. V. (2025). Fashion with a purpose: Sustainability drivers of fashion brand choices across generations in Indonesia. *Journal of Information Systems Engineering and Management (JISEM)*, 10(49s), 1090–1103. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i49s.10047>.
- Heriyati, P., Bismo, A., & Erwinta, M. (2024). Jakarta's Generation Z and local fashion industry: Unveiling the impact of brand image, perceived quality, and country of origin. *Binus Business Review*, 15(1), 69–77. <https://doi.org/10.21512/bbr.v15i1.10162>.
- Igiriza, M., Valentino, R. A., & Wiradharma, G. (2024). Preservation of Balinese batik knowledge as an effort to preserve indigenous knowledge. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan (JKIP)*, 12(2), 205–220. <https://doi.org/10.24198/jkip.v12i2.58663>.
- Kapferer, J. N. (2022). *The new strategic brand management*. Kogan Page.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic brand management*. Pearson Education.
- Kementerian Perindustrian. (2025). Industri wastra Nusantara jawab kebutuhan fesyen berkelanjutan. *Kementerian Perindustrian RI*.

- Lathifah, A. N., Irwan, I., & Hernawati, R. M. (2023). Pembuatan dan karakterisasi kain wastra Nusantara motif Pa'sekong Kandaure khas Toraja menggunakan mesin rajut datar Stoll CMS 530 HP. *Texere Journal*, 21(1), 21–36.
<https://ojstexere.stttekstil.ac.id/index.php/texere/article/view/124>
- Lindiawatie, L., Shahreza, M. H., & Wati, S. (2024). Preferensi konsumen premium terhadap kanal belanja fashion. *Jurnal Manajemen Ritel*, 8(2), 101–115.
- Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity? *European Journal of Marketing*, 40(7/8), 803–824.
<https://doi.org/10.1108/03090560610670007>.
- Narwastu, A., & Purnomo, A. (2023). *Padu padan wastra Indonesia pada kreativitas Gen Z*. UGM Press.
- Nurchayanti, D., Santosa, S., & Lestari, M. (2021). *Batik sebagai identitas budaya Indonesia*. Alfabeta.
- Pandanwangi, A., Rahayu, T., & Prakoso, B. (2022). Eksperimen pewarnaan dan teknik produksi wastra. Airlangga University Press.
- Pratiwi, N., Lestari, S., & Wulandari, F. (2020). *Lebih dekat dengan wastra Indonesia*. Direktorat Perlindungan Kebudayaan Kemdikbud.
- Purnomo, M. A. J., Purnomo, B., & Wulandari, N. D. (2025). The revitalization of coastal batik heritage through multiple case studies in Pekalongan, Lasem, and Demak. *International Journal of Social Science and Human Research (IJSSHR)*, 8(7), 87–97
<https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i7-87>.
- Putri, D., Mahardayani, N., & Ahyani, S. (2022). Gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif fashion premium. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 5(2), 110–124.
- Robian, A., & Rahayu, D. (2023). *Konsumen fashion premium lokal: Desain, kenyamanan, dan keberlanjutan*. ITB Press.
- Sapril, R., Handayani, T., & Yusuf, M. (2024). Brand positioning strategy in increasing the competitiveness of local products. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 33–49.
- Wibawa, A., & Tjokrosaputro, M. (2023). Pengaruh brand awareness dan brand attitude terhadap customer loyalty produk fashion lokal dengan perceived price sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen*

Bisnis dan Kewirausahaan, 7(1), 113–125.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22475>

Yosephin, M., & Melini, C. (2023). *Makna filosofis dan kultural dalam fashion premium*. UII Press.

Rachmadhani, H. J. (2023). Studi fenomenologi motif pengguna brand lokal high-end pada mahasiswa Surabaya pengguna Buttons scarves. *The Commercium: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 108–115.
<https://doi.org/10.26740/tc.v7i2.56223>.

Dewa, D. B. R., Warnaningtyas, H., & Istiqaroh, C. R. (2023). Pengaruh konten review, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap minat mahasiswa menggunakan fashion produk lokal. *Jurnal EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 12(2), 303–312.
<https://doi.org/10.33319/jeko.v12i2.144>

Ovriyadin, I. D., & Ernawati, S. (2024). Marketing mix dan brand image terhadap keputusan pembelian kain tenun sebagai upaya mempertahankan eksistensi produk lokal. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(2), 244–251.
<https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2074>

El Chidtian, A. S. C. R., Arifianto, P. F., & Renzina, Y. D. (2024). *Comparative study: Understanding the visual identity of batik brands in Indonesia*. *DeKaVe*, 17(2), 171–186.
<https://doi.org/10.24821/dkv.v17i2.13888>

Jayadi. (2022). Unsur-unsur dalam desain grafis. SMKS PGRI 1 Balaraja.
<https://smkpgri1balaraja.sch.id/index.php/blog/unsur-unsur-desain-grafis/>