

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, I. N., & Widayati, C. (2025). Sustainable Fashion MSMEs in Indonesia: How Consumption Value and Green Trust Shape Purchase Intentions. *International Journal of Indonesian Business Review*, 4(2), 227–241. <https://doi.org/10.54099/ijibr.v4i2.1492>
- Ardiansyah, D., Azizah, N., & Ghozali, W. (2024). Profit Hijau : Inovasi Bisnis Ecoprint Sebagai Model Fashion Berkelanjutan. *Prosiding National Seminar on ...*, 2(2018), 20–26. <http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/10350%0Ahttp://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/download/10350/4116>
- Ardiany, M. F., & Rahmah, M. (2025). *Sustainable Fashion : Second-hand Fashion Trends and Its Impact on Local Fashion Brands in Indonesia*. 5(2).
- Bisnis Umkm Omah Ecoprint Bantul Melalui Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Digital Tsabdany Tzarauliarany, T. A., Abdul, M. M., Ayuningtyas, F., Tzarauliarany, T. A., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Veteran Jakarta, U. (2023). *TRANSFORMASI BISNIS UMKM OMAH ECOPRINT BANTUL MELALUI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS MEDIA DIGITAL*. 14(1). <https://doi.org/10.31506/JRK.v14i1.18479>
- Copley, P. (2004). *Marketing Communications Management: concepts and theories, cases and practices*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Creswell. (2009). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Manual Therapy* (Vol. 16, Number 1). SAGE Publications,

Inc. <https://doi.org/10.1016/j.math.2010.09.003>

Februari, N., Noviyanti, A., & Purnamasari, O. (2026). *Implementasi Integrated Marketing Communication Local Agency (Friendshub) dalam Membangun Brand Awareness signifikan . Persaingan antarbrand dalam memperebutkan perhatian audiens menuntut Marketing Communication oleh Friendshub dalam membangun brand awa.* (Imc).

Hikmah, A. R., & Retnasari, D. (2021). Ecoprint Sebagai Alternatif Peluang Usaha Fashion Yang Ramah Lingkungan. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1), 1.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44478/0>

Matthew B. Miles, A. M. H. dan J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications, Inc.

Niinimäki, K. (2018). *Sustainable Fashion in a Circular Economy*. In *Circular Economy and Sustainability*. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-0090-9>

Nugraha, T., & Muharman, D. (2025). Peran Komunikasi Strategis Penjualan Produk Ecoprint Melalui Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Di Indonesia. *HIKMAH*, 19(2), 279–292.

Ramadina, T. R., Pradana, M., & Rubiyanti, R. N. (2025). Sustainability Efforts in Eco-Fashion Industry: Consumer Perception Trust and Purchase Intention. *Asian Journal of Management Analytics*, 4(3), 981–998.
<https://doi.org/10.55927/ajma.v4i3.14809>

Roger D. Wimmer, dan J. R. D. (2014). *Mass Media Research: An Introduction, Tenth Edition* (10th ed.). Wadsworth, Cengage Learning.

- Safitri, E. D., & Nurhaqiqi, H. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram @Namira.ecoprint Sebagai UMKM Lokal di Kota Surabaya*. <http://jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sutanto, Y. P., & Kusuma, A. P. (2025). *Strategi Pemasaran Digital dengan Smart Green Packaging untuk Meningkatkan Minat Beli Generasi Z Produk UMKM Blitar*. 05(03), 656–663.
- Taqwa, F. R. A. K. L., & Sarita, B. (2025). USAHA (pada UD . Pandan Jaya Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari). *HOMANIS*, 2(2), 471–481.