

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. 2016. *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Andi.
- Bahri, Syamsul dan Zamzam, Fahkry. 2015 MODEL PENELITIAN KUANTITATIF BERBASIS SEMAMOS. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Darojat, Tubagus Ahmad. 2020. Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision, *Journal of Management Science (JMAS)*, Vol. 3 No. 2:51-57.
- Dewi, Retry Nanda Tiara. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening., *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 4
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fitaloka., Ratna Ekasari., Donny Arif. 2019. Pengaruh Celebrity Endorses, Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab., Vol. 1, No 1, ISSN: 2622-6367 (ONLINE)
- Frimpong, Osei., K.; Donkor., and G. Owusu-Frimpong, N., 2019. The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 27:1, 103-121.
- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hair, *et al*, 2014, *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson.
- Hardiyanto, Nugroho., Hewage Lakshi Krishani Perera., and Lusianus Kusdibyo. 2020. Customer Purchase Intentions on Hijab Fashion: The Role of Social Media Marketing Instagram and Product Quality, *International Journal Of Applied Business Research*, Vol. 2, No. 2:139–149.
- Herdioko, Jonathan., dan Carmel Verona Karisma. 2021. Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Di *Marketplace* Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2
- Indriyani, Ratih., dan Atita Suri. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan

- Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1:25–34.
- Ismail, Fajri. 2018. *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta:Prenadamedia Group.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler and Keller, 2016. *Marketing Management*, Edisi 15. Pearson Education, Inc.
- Limanto, Randy. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Hswgrail.id., *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 6, No. 1
- Marantika Wita., dan Sarsono. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, *Word of Mouth*, dan *Store Image* terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pengunjung Toko Amigo Pedan., *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, Vol. 10 No. 1 hal. 114 – 127
- Marwani., dan Asep Maulana. 2021. Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 6, No. 3: 605 -619.
- Normaleni, Siti., Hj Erni Alfisah., Teguh Wicaksono. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics Di Balangan)
- Nurfitriyenny., dan Lisa Oktavia. 2019. Analisis Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Distro Black Id Kota Bukittinggi, *Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi*, Vol. IV, No. 01:29-36.
- Prabowo, Teguh Arif. 2020. Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Geist, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 5, No. 5
- Putri, Citra Sugianto. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli., *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 5
- Rafiq, Muhammad Yasir., and Abdullah Malik. 2018. Impact of Social Media on Purchasing Decision of Consumerwith Special Reference to Lahore, Pakistan, *Journal of Social Sciences*, Vol. 4, Issue 2:268-273.
- Ramadhani, Ira., dan Prameswara Samofa Nadya. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup., Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) ISSN: 2776-1177

- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita H. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Royan, F. M. (2014). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 14.
- Santoso, S. 2018. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sari, Saidah Putri. 2020. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen, *Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol. 8, No. 1:147-155.
- Sari, Yuli Ratna. Septi Harliyani, Vicky F. Sanjaya. 2022. Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo, *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, Vol. 3, No. 1, e-ISSN: 2745-8547.
- Sriyanto, Agus., dan Aris Wahyu Kuncoro. 2019. Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018), *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 8 No. 1:21-34.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjhin, Viany Utami., dan Siti Rahmah Nurul Aini. 2019. Effect of E-WOM and Social Media Usage on Purchase Decision in Clothing Industry
- Vilda, Septiana. 2021. Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Produk Pakaian di Pineappleshopy Surabaya, *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 2:1-15.
- _____, 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.

<https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia>., diakses 8 Juli 2022