

DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto. 2014. *Manajemen Strategik komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- Achmad Rizal. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Denpasar: AB Publisher.
- Aldiansyah, Nanda, dan M Noorman Mulyadi. 2023. “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Eiger Store di Kota Bogor.” *Indonesian Journal of Economic and Business (IJEBS)* 1(1): 48–58.
- Ali Hasa. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Alverina, Devita, dan Rinaldi Syarif. 2022. “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta.” *Ikraith-Ekonomika* 6(2): 113–112.
- Ardiani, Elinda, dan Sugiyanto. 2020. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Wanita Online Dengan Media Sosial (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur Dan Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat).” *Jurnal Civitas Academica* 1: 6.
- Arif., Muhammad. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online.” *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* 1(1): 111–22.
- Ariyono, Kurniawan Yunus, Sukma Irdiana, dan Mohammad Noor Khairullah. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah.” *Journal of Innovation Research and Knowledge* 3(2): 53–62.
- Aschliati, Lilik, Prasetya Irawan, and Bambang Prasetyo. 2014. *Metode Penelitian Sosial*. Banten: Penerbit Universitas Terbuka.
- Assael. 2015. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edi. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Astari, Fitria, Ismail Novel, dan Anne Putri. 2019. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Yang Dimoderasi Oleh Faktor Mashlahah.” *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 3(1): 46.
- Batee, Maria Magdalena. 2019. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan

- Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2(2): 313–24.
- Berman, Barry & Evans, Joel R. 2014. *Retail Management*. 12th Editi. Jakarta: Pearson.
- Berman, Barry & Joel R. Evans. 2018. *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition*. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Daulay, Raihanah, dan Rizki Eka Putri. 2018. “Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan.” *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*: 1–6.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko. 2016. *Manajemen Pemasaran Analisis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFEE Yogyakarta.
- Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Dzulkharnain, Emylia. 2019. “Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Sophie Martin di Kabupaten Sidoarjo.” *Jurnal QTISHADEquity* 1(2).
- Fandy Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- . 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- FEB UMK, Tim Penyusun. 2021. “Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.”
- Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. edisi 2. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Fitria, Sri Endang. 2021. “The Influence of Lifestyle, Product Innovation and Instagram toward Online Purchase Decisions (Case Study of Firmi Scarf Store).” *Journal of Economics, Finance And Management Studies* 04(09): 1634–43.
- Grosirhijabflow. 2019. “Hf Store Grosirhijabflow.” *semuabis.com*. <https://www.semuabis.com/hf-store-grosirhijabflow-0815-7802-9818>.
- Herdayani, Sankist, Cecep Safa’atul Barkah, Lina Auliana, dan Iwan Sukoco. 2022. “Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 18(2): 103–21.
- Huda, Nurul. 2020. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar.” *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* 2(1): 37–43.
- Ikkal. 2022. “Pengaruh Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Motivasi Konsumen Sebagai Variable Mediasi Pada Produk Fast

- Fashion Di Surabaya.” *Manajemen dan Bisnis* 3: 60–67.
- Imam Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Machali. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. Yogyakarta: MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Indriyani, Ratih, dan Atita Suri. 2020. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14(1): 25–34.
- Jack Lee, Bruce, Tee Poh Kiong, dan Morakinyo Dada. 2022. “Influence of Price Awareness, Brand Image, and Self-Concept on Purchasing Behaviour Towards the Fashion Apparel Industry Among Generation Y Consumers in Malaysia.” *Electronic Journal of Business and Management* 7(1): 17–36.
- Jaya, Handy Surya, dan Gede Suparna. 2018. “Pengaruh Atmosfer Toko Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(6): 2887.
- Jing, Ong Zong, Meta Koosneila Suryandari, dan Ganesh Ramasamy. 2019. “The impact of purchase decision of female clothing towards generation Y on Facebook and Instagram.” *ACM International Conference Proceeding Series*: 47–51.
- Jogiyanto Hartono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. edisi Keen. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kartika, Aulia, Dedi Aprilani, dan Diang Adistya. 2023. “PENGARUH DIGITAL MARKETING , KUALITAS PRODUK , KUALITAS PELAYANAN , DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP (Studi Pada Ladyfame Store Bandar Lampung) THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING , PRODUCT QUALITY , SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION TOWARD PURCHASE (Surv.” 1.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. edisi 1. Jakarta: Erlangga.
- . 2015. *Manajemen Pemasaran*. edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Kristianti, Tina, dan Akimauddin Rizzai Rivai. 2018. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Upnormal Semarang.” *Telaah Manajemen* 15(2): 128–36.

- Lailatul Hidayati, dan Laily Muzdalifah. 2021. “Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Citra Busana Faaza Collection Bangil Pasuruan.” *Greenomika* 3(1): 22–29.
- Leon Schiffman & Leslie LazarKanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. edisi 2. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Levy, M., & Weitz, B. A. 2017. *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Levy, Michael., dan Weitz, Barton A. 2014. *Retailing Management*. 9th Editio. United States Of America: McGraw Hill Internasional.
- Made, Ni et al. 2021. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word of Mouth Pada Givanda Store Denpasar.” *Jurnal EMAS* 2(2): 28–42. www.validnews.id.
- Marshantia Agustina, Kokom Komariah, Acep Samsudin. 2020. “ANALISIS SUASANA BUTIK DAN BRAND FAMILIARITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MAYOUTFIT CABANG SUKABUMI) Marshantia.” *ANALISIS SUASANA BUTIK DAN BRAND FAMILIARITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MAYOUTFIT CABANG SUKABUMI)* 53(9): 1689–99.
- Mega, Annisa. 2017. “Produk Pakaian Yang Paling Banyak di Beli.” *kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-tren-fashion-di-indonesia?page=all>.
- Mendur, Miranda E M, Hendra N Tawas, dan Fitty Valdy Arie. 2021. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder.” *Jurnal Emba* 9(3): 1077–86.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>.
- Mohiuddin, Zaeema Asrar. 2018. “Effect of Lifestyle on Consumer Decision Making: A Study of Women Consumer of Pakistan.” *Journal of Accounting, Business and Finance Research* 2(1): 12–15.
- Narvatinova, Vica Nadila, Fitriani Latief, dan Andi Ircham Hidayat. 2023. “Pengaruh Brand Image , Harga Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thrift Shop Online Di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen @ Thriftbuy . Me Kota.” *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan* 12(1): 13–22.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- . 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Jakarta: Prenadamedia group.

- Nugroho J.Setiadi. 2019. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia group.
- Perera, Roshini, dan Maduka Udunuwara. 2021. "Effect of Social Media Marketing on Purchase Intentions of Women's Clothing and Accessories." *THE American Journal of Humanities and Social Sciences Research* 4(2): 22–33. www.theajhssr.com.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. edisi 9. Jakarta: Erlangga.
- . 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. edisi 1. Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, D. 2014. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rahatmawati, Yuni Istanto - Istiana, Dyah Sugandini - Rahajeng Arundati - Trisna Adisti. 2020. *PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA KECIL*. Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING.
- Rizwan, Muhammad, dan Nida Ahmad. 2019. "Store environment and its influence on impulse buying behavior among females: Moderating Role of shopping Pal." (Vieira 2013): 1–21.
- Rosida, Rosida, dan Intisari Haryanti. 2020. "Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima)." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1(2): 150–60.
- Rulli Nasrullah. 2014. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- . 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Safitri, E. 2022. "Belanja di Moomins Daily Outfits Ini Bisa Bikin Kalap; Bahan Bagus, Harganya Ramah Kantong." *Betanews.com*. <https://betanews.id/2022/11/belanja-di-moomins-daily-outfits-ini-bisa-bikin-kalap-bahan-bagus-harganya-ramah-kantong.html>.
- Schiffman dan Kanuk. 2013. *Perilaku Konsumen*. edisi 7. Jakarta: PT. Indeks.
- Siahaan, Ayu A, Romindo M Pasaribu, dan Program Studi Manajemen. 2023. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dikalangan Generasi Z Di Kota Medan." 1(1): 54–64.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

———. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

———. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

———. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

———. 2022. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Enonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru Press.

Sutardjo, Deagiva, Silvy L. Mandey, dan Michael Ch. Raintung. 2020. “Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth Dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gloriusgloriuss Store Manado.” *Jurnal EMBA* 8(4): 90–99.

Sutisna. 2013. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tanjung, Agustini. 2020. “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 05(03): 1–18.

Thania, Grace Sheila Kuss, dan Yunita Anggarini. 2021. “Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19.” *Journal.Stimykn* 2(2): 275–86.

Tirtayasa, Satria, Myisha Nevianda, dan Hery Syahrial. 2020. “The Effect of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle And Fashion Involvement With Impulse Buying.” *International Journal of Business Economics (IJBE)* 2(1): 18–28.

Tonce, Yosef & Rangga, Yoseph DP. 2022. *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)*. Indramayu: Penerbit Adad.

Utami, W. C. 2017. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi ke 3. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Verayani Rahma Nur Damasita, dan Erwan Nur Hidayat. 2023. “Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin Di Kota Klaten.” *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 3(1): 69–80.

Wibowo, Alfi Fajria, Jeni Wulandari, dan Prasetya Nugeraha. 2021. “Pengalaman Pelanggan, Reference Group, Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian

Produk Etnik Fashion.” *Jurnal Perspektif Bisnis* 4(1): 38–50.

Wijaya, T. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wulandari. 2021. “Dressy Gallery Sediakan koleksi yang Selalu Up To Date dan Harganya Ramah Kantong.” *Betanews.id*. <https://www.youtube.com/watch?v=mvYEAGy8UaA> (November 11, 2023).

Zaenal Aripin. 2021. *Perilaku Bisnis Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

