

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Abidin, Z. (2023). Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Gimmeback di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(5), 551–564.
- Ade Gunawan, Wicha Fradya, F. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *IJEBAS:Internasional Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 23(2), 1–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v23i2.6277>
- Aldiansyah, N., & Mulyadi, M. N. (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 (IJEB)*, 1(1), 48–58.
- Alverina, D., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 113–112. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2342>
- Amron, D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk H & M. 7(3), 270–275. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Armstrong, P. K. dan G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 1). Jakarta : Erlangga.
- Azizah, N. (2022). *Strategi manajemen pemasaran*. 2(6), 1–9.
- Azzah Aqila, Agung Kresnamurti Rivai P, M. E. S. S. (2022). Pengaruh Clebrity Endorser dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Citra Merek: Studi Pada Konsumen Produk Fashion Di DKI Jakarta. 3(3), 723–737.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8*, 1–6.

- Fadjar, C., Juanna, A., Ismail, Y. L., Gorontalo, U. N., Gorontalo, U. N., & Gorontalo, U. N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. 5(1), 339–349.
- Fatma, N., Fajri, N., Ifah, I., & Latiep, F. (2021). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Keputusan Pembelian Produk Persepsi Harga dan Kualitas Produk Menggunakan Abstrak*. 4(2), 533–540.
- Firmansyah, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 1–9.
- Fitria, S. E. (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), 1634–1643. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i9-07>
- Fitrika, W. Z. (2024). Pengaruh Faktor Harga , Merk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Nadheera Luxury di Kabupaten Jepara. 4, 8890–8900.
- Frida, R., Siti, P. N., Ekonomi, F., Bhayangkara, U., Raya, J., & No, J. P. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass*. 18(2).
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Program SPSS*. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (Edisi 9). Badan Penerbit - Penerbit.
- Hardin, LM Mustari, W. S. (2019). The Influence of Culture and Lifestyle on Purchasing Decisions of Women’s Clothing at Matahari Department Store, Palopo City. 1, 10–21.
- Herdayani, S., Safa’atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hubbina, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing , Desain Produk , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). 1(5), 459–475.
- Huda, N. (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. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>

- Indonesia, C. (n.d.). *Gairah Industri Fashion Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/2019%0A0712155341-35-84555/gairahindustri%02fashion-indonesia>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Irma Fakhriyani. (2021). Pengaruh Lifestyle, Brand Image, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Aden. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–7.
- Kartika, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada LadyFame Store Bandar Lampung).
- Kotler dan Keller. (2018). *Marketing Managemen* (Edition 15). Pearson Education, Inc.
- Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (edisi 1). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. and K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kristianti, T. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Upnormal Semarang. 128–136.
- M.Ravii Marwan, F. E. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Tengerang Selatan. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(2), 52.
<https://doi.org/10.32493/jk.v7i2.y2019.p52-58>
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 019. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i1.3318>
- Megarani, N., Warno, W., & Fauzi, M. (2019). The effect of tax planning, company value, and leverage on income smoothing practices in companies listed on Jakarta Islamic Index. *Journal of Islamic Accounting and Finance Research*, 1(1), 139. <https://doi.org/10.21580/jiafr.2019.1.1.3733>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

- Minarti, M. S. (2020). Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.
- Narvantinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (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 Makassar). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 13–22. <https://doi.org/10.37476/jbk.v12i1.3666>
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). 4(2).
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection. 05(02), 709–725.
- Philip, K. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Prasetyo, A. R. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, Dan Kualitas Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Era Pandemi Covid-19. 9, 990–1001.
- Prasetyaningsih, E. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup*.
- Pratiwi, N. R., Tjahjaningsih, E., Stikubank, U., & Merek, C. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang)*. 978–979.
- Purnomo, V. S. (2023). "pengaruh kualitas, harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk fort.id". *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 239–248. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2126>
- Puspitasari, C., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Produk Perawatan Dan Kecantikan Di Shopee Mall Padagenerasi Z Di Kota Surabaya. *Repository.Untag-Sby.Ac.Id*.
- Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). *Ita Rahmawati Ilmiah Hospitality 103,10*. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.47492/Jih.V10i1.728>
- Ratri Dyah Ayu Kusumasari, Abdulah Zailani, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Merek Gb Fashion Di Cv Busana Indah Karanganyar. 07(02), 1–15.
- Rifyal Dahlawy Chalil, Juli Dwina Puspita Sari, Zikriatul Ulya, A. H. (2020). *Brand, islamic branding, & re-branding : “peran strategi merek dalam menciptakan daya saing industri dan bisnis global.”* Depok : Rajawali Pers.
- Ririn Winarsih, Sudarwati, R. A. H. (2022). Keputusan Pembelian Ditinjau dari Brand Image, Desain Produk dan Celebrity Endorser (Studi Kasus Penggunaan Erigo Di Surakarta). *Edunomika*, 06(01).
- Rizal, R., Aziz, R., Hanfan, A., & Susilawati, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Citra Merek , Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Bloods di Kota Tegal. 3(1), 1–8.
- Rosida, R., & Haryanti, I. (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), 150–160. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.235>
- Rozi, V. A. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Jims Honey (Studi Pada Toko Ayesha Store Di Kebumen). *JIMMBA : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. <http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/1116>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks, Jakarta.
- Sedyastuti, K. (2021). *Human Resources Competency at Micro , Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry*. 542(Ancosh 2020), 248–251.
- Setyaningsih, D. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Ma’had Mambaul Qur’an Munggang Bawah Di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 311–318. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1226>
- Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Satya Negara Indonesia). 7(2), 20–32.
- Simatupang, S., Candra, V., Putri, D. E., Grace, E., & Hamdani, E. (2021). Product Quality Ability, Price and Product Design Influence Adidas Shoes Purchase Decision. *International Journal of Multi Science*, 2(7), 1–14.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Bandung*. Badan Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (Setyawami,). Alfabeta, Cv.
- Sulistyo, A. N. B. (2023). Pengaruh Desain Produk , Kualitas Produk dan Citra

Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. 8(2), 327–336.

Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykpn*, 2(2), 275–286.

Tjiptono, F. dan A. D. (2020). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Andi, Yogyakarta.

Ulviani, R. (2021). Pengaruh persepsi, konsep diri, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada perhiasan di toko emas pulau indah. 2(2), 1–18.

Wahyuni, T., Dewi, T., Putri, Suhalim, S., & Oktaviani, V. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 816–825.

Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., Poluan, J. G., Walangitan, B. Y., Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43821>

Werdiasih, R. D., Karnowati, N. B., & Yoana, Y. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(1), 48–57.
<https://doi.org/10.56655/jid.v1i1.6>

Widiaritami, O., & Puspitasari, C. (2019). Festival Tabut Sebagai Inspirasi Aplikasi Crochet Pada Produk Fashion Muslim. *EProceedings of Art & Design*, 6(2), 1829–1833.

Yovita Teja, C. M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7, 1010–1021.