

## DAFTAR REFERENSI

- Agustina, et al., (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember) 2528-0570. *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol.3 No.2(2), 186–196. Terakreditasi Google Scholar dan Sinta.
- Aqila, dan Hasbi. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Zara Di Bandung. 7(2), 6137. Terakreditasi Google Scholar.
- Ardiatama, dan Budiarti, (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Eiger. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(5). Terakreditasi Google Scholar.
- Ardista, dan Wulandari, (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>, terakreditasi Sinta, Garuda, dan Google Scholar.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. S. Fatmawati (Ed.)). PT Bumi Aksara.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2017). *Pengantar Bisnis* (A. Maulana (Ed.); 10th ed.). Erlangga.
- Fadjar, et al., (2022). Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 339–349. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/10638>, terakreditasi Crossref dan Google Scholar.
- Gebrina, et al., (2022). *The influence of millennial women ' s lifestyle , perceptions , and consumer preferences on skincare purchasing decisions : A case study on millennial women in East Aceh Regency*. 19–28. Terakreditasi Google Scholar, Garuda dan Crossref.
- Harmadi. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M. *Universitas Gunadharma*, 2(2), 53–61. Terakreditasi Google Scholar.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105. Terakreditasi Garuda, Google Scholar, dan Sinta
- How to Understand and Influence Consumer Behavior | Brandwatch*. (2022). diakses pada November 13, 2022, <https://www.brandwatch.com/blog/how-understand-influence-consumer-behavior/>
- Ikkal. (2022). Pengaruh harga dan media sosial terhadap keputusan pembelian dengan motivasi konsumen sebagai variabel mediasi pada produk fast fashion di Surabaya. pragmatis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3, 60–67. Terakreditasi Google Scholar.
- Iswandir. (2020). 399-737-1-Sm. *Jurnal Mitra Manajemen*, 11. Terakreditasi Garuda, Google Scholar, dan Sinta

- Juliyana, dan Aulia. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk H&M di Bandung. *7(2)*, 3452–3465. Terakreditasi Goggle Scholar.
- Kent, dan Bernarto, (2022). *The effect of perceived product quality, brand image, and promotion on customer purchase intention (case of zara customers in grand indonesia, jakarta)*. *Indonesian Marketing Journal*, *1(1)*, 26. <https://doi.org/10.19166/imj.v1i1.4005>, Terakreditasi Garuda dan Google Scholar.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mardiani, et al., (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *3(1)*. <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2703>, Terakreditasi Sinta, Google Scholar, Crossref, dan Garuda.
- Nisak dan Sulistyowati, (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, *4(2)*, 86–96. Terakreditasi Sinta, Garuda dan Google Scholar.
- Nugraha, et al., (2021). *Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Paludi, dan Juwita, (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, *18(1)*, 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i01>. Terakreditasi Google Scholar, Crossref, dan Garuda.
- Pramodhawardhani, et al., (2021). Penerapan Sustainable Fashion Dan Ethical Fashion Dalam Menghadapi Dampak Negatif Fast Fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana 16.1*, 1–6. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44683>, terakreditasi Crossref dan Google Scholar.
- Pratiwi dan Junaedi. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *2(2)*, 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>, Terakreditsi Sinta dan Garuda.
- Prihartono, (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, *4(1)*, 106–113. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=> , Terakreditasi Sinta, Goggle Scholar, dan Garuda.
- Ristanto dan Aditya, (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). *Bingkai Ekonomi*, *6(1)*, 58–71. Terakreditasi Goggle Scholar.
- Rizal, (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *2461–0593*, 1–24.

Terakreditasi Goggle Scholar.

- Rudianto, R. (2021). The Influence of Culture and Lifestyle on Purchasing Decisions of Women's Clothing at Matahari Department Store, Palopo City. *International Journal of Management Progress*, 2(2), 14–25. <https://doi.org/10.35326/ijmp.v2i2.1027>, Terakreditasi Goggle Scholar, Garuda, Index Copernicus, Crossref.
- Rujakat (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (1st ed.). Deepublish.
- Silalahi dan Hartati, (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Kasus pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 139–156. <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/261>, Terakreditasi Goggle Scholar.
- Sitijak dan Arief, (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2). Terakreditasi Sinta, Google Scholar, dan Crossref.
- Sjahruddin, dan Akbar, (2021). Dampak Promosi, Harga, Dan Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 172–179. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1013>, Terakreditasi Sinta, Google Scholar, dan Garuda.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>, Terakreditasi Garuda, Google Scholar, dan Crossref.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sulistyo, A., Sumarwan, U., & Aminah, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Buku pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 474. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.5252>, Terakreditasi Garuda, Google Scholar, dan Sinta.
- Sumarwan, et al., (2018). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (1st ed.). PT Penerbit ITB Press.
- Tambunan, dan Theresia. (2019). Faktor Dominan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Prilaku Kosumen Dalam Keputusan Pembelian Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 35–45. <https://doi.org/10.31849/jieb.v16i1.2261>, Terakreditasi Sinta, Crossref, Goggle Scholar, dan Garuda.
- Tanjung, (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18. Terakreditasi Goggle Scholar.
- Tersiana (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.

- Thoby, K. D., & Wahyono, A. (2021). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Dan E-Quality Service Terhadap Keputusan Pembelian Di Zara Central Park Pada Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 41–52. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i2.154>, Terakreditasi Goggle Scholar.
- Yudhistira, (2021). *Pengaruh Harga , Promosi , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas ( Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya )* Aisyah Nur Winingsih Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya, Terakreditasi Goggle Scholar.
- Yulius dan Anzorullah, (2022). Kualitas Produk , Gaya Hidup , Harga dan Keputusan Pembelian Iphone di Wilayah DKI Jakarta. 9, 31–42. <https://doi.org/10.55963/JUMPA.V9I3.482>. Terakreditasi Goggle Scholar, Garuda, Crossref.