

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Oikonomika: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143. <https://doi.org/10.53491/Oikonomika.V3i2.481>
- Al-Meshal, Alh. Dan. (2018). *Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Intervening Kepercayaan Merek*. 1997, 1–23.
- Albar, E., & Aulia, N. M. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen*. 3, 13–22.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Aswadana, P., Rahayu, D. A. S., & Effendy, M. A. A. (2022). Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (Sniis)*, 1, 532–540.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Desiana, I., Fadilla, A., & Forkamma, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas , Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Halal Network Internasional (Hni) Pt. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (Hpai)*. 5(1), 128–137.
- Desita, Y. A. (2021). Bab Ii Landasan Teori. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dewi, I. R. (2022). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022*. 2022.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4227>
- Fitriani, D. N., Fatimah, F., & Izzudin, A. (2023). Pengaruh Fitur, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo (Studi Kasus Di Mentari Cell Jember). *Growth*, 20(2), 443. <https://doi.org/10.36841/Growth-Journal.V21i1.2685>
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Up Date Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Badan Penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Ghozali, I. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Pro Att Di Toko Cahaya Desa Ngabar Jetis Mojokerto. *Emas*, 6(1), 58–73.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 1–18. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/Culinaria/Article/View/1284>
- Islami, C. D., & Santo, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *Solusi*, 22(2), 215. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V22i2.9027>
- Juniarty, J., & Gunawan, V. V. (2021). Antecedent Dari Teori Utaut Dan Konsekuensinya (Studi Empiris Purchase Intention Generasi Z). *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 197–222. <https://doi.org/10.31937/Manajemen.V13i2.1958>

- Karnawati, T. A., & Santoso, R. (2023). Keputusan Pembelian Sepatu Di Fu Second Branded Malang Yang Dipengaruhi Oleh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 480–487. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V6i4.292>
- Khofifah, R. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop Jr. Id4. *Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo*.
- Kholiq, M. A. A., & Juju, H. U. (2024). Pengaruh Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Flo Distro Di Kota Bandung). *Doctoral Dissertation, Universitas Pasundan Bandung*.
- Kotler, Philip Dan Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran (Edisi 13). *Erlangga*.
- Kotler, P. Dan A. (2018). Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. *Penerbit Salemba Empat. Jakarta*.
- Kotler, P. Dan A. G. (2017). *Marketing An Introduction 13th Edition, Pearson Education, Global Edition United Kingdom*.
- Kotler, P. Dan G. A. (2018). Principles Of Marketing. *Edisi 15 Global Edition*.
- Kotler Philip Dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education, 2021.
- Lalu Izam Hikmawan, & Ismunandar Ismunandar. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Cafe Beeginning. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 163–180. <https://doi.org/10.59024/Jumek.V1i4.226>
- Majid, M. K. A., Sa, N., & Rahmawati, L. (2024). *Fenomena Dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop Pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam*. 10(02), 1796–1806.
- Musyaffa, M. Q., Gustina, I. S., & Zahrani, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Second Import Di Pasar Lemabang Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(2), 210–225.
- Narbuko, Cholid., Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, 2015.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/Ecobi.V7i1.1528>
- Ningtyas, M. M., & Oetarjo, M. (2023). *Purchasing Decisions At Restaurants M2m Wonoayu Pengaruh Citra Merek , Promosi , Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran M2m Wonoayu*. 4(5), 5394–5404.
- Noviandra, C. T. R., & Argo, J. G. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 675–689.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/Growth-Journal.V20i2.2108>
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 69–77.
- Pratama, K. M., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas 17 Agustus Surabaya). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(10), 1–11.
- Pratiwi, A. L. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Atribut Produk, Terhadap

- Keputusan Pembelian Hijab Zoya Di Jakarta Selatan. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 154.
- Putrananda, I. E., & Agustin, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Persepsi Kualitas, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–19.
- Ramadhanty. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)*.
- Risiko Aprida, D. W. I., Hasibuan, S., Ma, N., Nasution, A., & Addary, A. (2022). *Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary*.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal Of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.
- Sari, D. K., & Paludi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Uccello. *Panorama Nusantara*, 1(15).
- Sari, P. P., & Wiyono, A. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Pada Masyarakat Solo Raya. *Doctoral Dissertation, Uin Surakarta*.
- Sari, Dyah Kumala, & Paludi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Uccello Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa Stein Jakarta 1 , Dosen Stein Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Sekaran, U., Bougie, R. J. (2017). *Research Methods For Business*. John Wiley & Sons, Limited.
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2021). (2021). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. Performa*, 252–261.
- Setyaningsih, D. K. (2020). *Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Ma Had Mambaul Qur'an Munggang Bawah Di Wonosobo*. 1(2), 311–318.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif (1st Ed.)*. Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. (2018c). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Cetakan Ke 1. Afabeta*.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D) (4th Ed.)*. Alfabeta 2019.
- Sugiyono, P. D. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. Alfabeta, Cv*.
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku Konsumen (Edisi 2 Cetakan 2)*. Univesitas Terbuka, Tangerang Selatan.
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana? *Business: Scientific Journal Of Business And Entrepreneurship*, 1(1), 1–16.
- Susmonowati, T., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 197. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V10i2.408>
- Syakira, A. D., Sari, N. Y., Ardika, N. F. S., Agustin, T., Aryani, V. Y., & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan

- Pembelian Pakaian Bekas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7448–7460.
- Wikrama, W. (2017). *Strategi Pemasaran*, Deepublish, Yogyakarta.
- Winarni, E. Widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (Ed.)). Bumi Aksara, 2018.
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami/V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan Pe). Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.
- Yohansyah, F., & Rodhiah, R. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Dengan Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 89. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V4i1.17170>
- Yunus, N. Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado. *Institut Agama Islam Negeri (Iain)*, 1–94.

