

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, B. W., & Laily, N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sarden Bantan Dibanyuwangi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 2461–0593.
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). *Volume 14 Issue 1 (2022) Pages 83-90 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>*
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(2), 280–296. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4694>
- Angriva, S., & Sunyigono, A. K. (2020). Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu Pt Kembang Joyo. *Agriscience*, 1(1), 186–199. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7850>
- Aninda, N., & Sunarya, Y. Y. (2023). Siklus Tren Fashion Di Media Sosial (Studi Kasus Tren Berkain Di Instagram Remaja Nusantara). *Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 6(1), 1–20. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i1.16961>
- Annaufal, M. A., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Tren Produk, Store Atmosphere, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(3), 116–125. <https://doi.org/10.23960/jbm.v19i3.1879>
- Antonia Wina, & Lutfie Harrie. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Electronic Word of Mouth Melalui Media Beauty Vlog Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik La Tulipe Cosmetics Pada Tahun 2018 the Influence of

Lifestyle and Electronic Word of Mouth Through Youtube Beauty Vlog Media To La T. *Journal EProceeding of Applied Science*, 4(2), 378–387.
www.topbrand-award.com

Arif, M., & Chintya, A. (2023). *Pengaruh Display Produk dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi : Studi Kasus di Beberapa Butik Kota Medan Pendahuluan*. 5(1), 1–21. <http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/article/view/114/97>

Ariyanto, F. (2020). PENGARUH TREND FASHION DAN PENGETAHUAN BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI KAMPUNG BATIK SEMARANG. In *Range Management and Agroforestry* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/10.1016/j.fcr.2017.06.020>

Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>

Atmaja, H. P. R. (2019). Sneaker Culture: Studi Etnografi Terhadap Komunitas Indonesia Sneaker Team Dalam Konstruksi Identitas Dan Reproduksi Budaya Urban. *Jurnal Airlangga Institutional*.

Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. In I. Ahmaddien (Ed.), *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif* (Vol. 1). Penerbit Widina Bhakti.

Basri, Basalamah, S., Mahmud, A., & Hasbi, A. M. (2023). Digital Marketing Platform Development Model and Product Quality on Buying Decisions and Sales of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMES) Product Volume, South Sulawesi Province. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), e03615. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.3615>

Bimantara, Y., Novita, D., & Jaelani. (2022). PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio di Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology*, 1(2), 27–

36. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>

Damayanti, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Tangcity Mall Kota Tangerang. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 464. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7930>

Ding, Y., Ma, Y., Liao, L., Wong, W. K., & Chua, T. S. (2022). Leveraging Multiple Relations for Fashion Trend Forecasting Based on Social Media. *IEEE Transactions on Multimedia*, 24(1), 2287–2299. <https://doi.org/10.1109/TMM.2021.3078907>

Gebrina, G., Biby, S., Hasan, A., & Zulkifli, Z. (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. *Management Research and Behavior Journal*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.29103/mrbj.v2i1.7536>

Gravetter, F. J., & Forzano, L. B. (2018). Research Methods for the Behavioral Sciences. In *The American Catholic Sociological Review* (Vol. 15, Issue 2). Cengage Learning. <https://doi.org/10.2307/3708336>

Hadaita, R. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA). *PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA)*.

Hair, J. F., Ringle, C. M., Danks, N. P., Hult, G. T. M., Sarstedt, M., & Ray, S. (2023). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>

Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2014). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).

- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). PT Inkubator Penulis Indonesia. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hupatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/Educa>
- Handayani, R. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. In *Jakarta: Bumi Aksara*. Trussmedia Grafika. <https://difarepositories.uin-suka.ac.id/152/1/metodologi-penelitian-sosial.pdf>
- Hardani et al. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *LP2M UST Jogja* (Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Haryanti, I., Nurdin, H., Purnama, I., Mulya, K. S., & Nurulrahmatiah, N. (2020). *Hedonic Motives and Fashion Trends in Decisions to Purchase Veil Clothes*. 465(Access 2019), 139–141. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.036>
- Haryanto, B., Febrianto, A., & Cahyono, E. (2019). Lifestyle and Consumer Preferences in Choosing Local or Foreign Brands: a Study of Consumer Behavior in Surakarta – Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 21(1), 74–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.21.1.74-88>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf)
- Irwansyah, et al. (2021). Perilaku Konsumen. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Kevin, A., Kusuma, C., Hertati, E., Fitriani, K. A., & Wirawan, V. (2019). Analisa Tren Skin Care Natural Terhadap Preferensi Konsumen. *Indonesian Business Review*, 1(1), 130–142. <https://doi.org/10.21632/ibr.1.1.130-142>

- Kuncoro, M. F. H. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANDAL FIPPER (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya) Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3111/3126>
- Lestari, D. (2019). Measuring e-commerce adoption behaviour among gen-Z in Jakarta, Indonesia. *Economic Analysis and Policy*, 64, 103–115. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2019.08.004>
- Lopes, M. V. (2019). The discourse of fashion change: Trend forecasting in the fashion industry. *Fashion, Style and Popular Culture*, 6(3), 333–349. https://doi.org/10.1386/fspc.6.3.333_1
- Maney, K. L., & Mathews, S. (2021). A Study of the Impact of Lifestyle on Consumer Purchase Decision of Young Indians. *AIMS International Journal of Management*, 15(2), 89–99. <https://doi.org/10.26573/2021.15.2.2>
- Mangkunegara, A. P. (2019). *Perilaku Konsumen* (p. 43). PT Refika Aditama, 2019. <https://serupa.id/keputusan-pembelian-pengertian-proses-dimensi-indikator-dsb/>
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (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>
- Megananda, F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Rtd (Ready To Drink) Di Kalangan Mahasiswa Kampus U Nesa Ketintang (Case: Coca=Cola Zero Sugar & Teh Botol Sosro Tawar). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1613–1622. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1613-1622>
- Mendez Reguera, A., & Cabrera, M. V. L. (2020). Engaging My Gen Z Class: Teaching with Memes. *Medical Science Educator*, 30(4), 1357–1358. <https://doi.org/10.1007/s40670-020-01078-w>

- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus Pt. Nusantara Berlian Motor Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4(3), 5–24.
- Nopeyandi, M. R. (2018). PENGARUH PROMSI DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS (Studi pada konsumen Bjo SneakersMind di Kota Malang). *PENGARUH PROMSI DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS (Studi Pada Konsumen Bjo SneakersMind Di Kota Malang)*, 66(2), 37–39.
- Nugroho, T. P. (2023). the Influence of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Cosmetic Whitening Products. *International Journal Management and Economic*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.56127/ijme.v2i2.596>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Oniku, A., & Joaquim, A. F. (2022). Female sexuality in marketing communication and effects on the millennial buying decisions in fashion industry in Nigeria. *Rajagiri Management Journal*, 16(2), 105–117. <https://doi.org/10.1108/ramj-09-2020-0055>
- Panggabean, A. (2023). *PENGARUH TREND FASHION DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING*. 11(551). <http://webs.ucm.es/info/biomol2/Tema01.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.addr.2009.04.004>
- Parlina, E. (2021). *Pengaruh Disposable Income dan Gaya Hidup Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Kota Pematangsiantar di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Pematangsiantar*. 1–23.
- Pedersen, E. R. G., Gwozdz, W., & Hvass, K. K. (2018). Exploring the Relationship Between Business Model Innovation, Corporate Sustainability, and Organisational Values within the Fashion Industry. *Journal of Business*

Ethics, 149(2), 267–284. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3044-7>

Philip. (2019). Variabel Intervening pada Pembelian Sneakers Branded Oleh Generasi Z di Surabaya. *Agora*, 7(2).

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.

Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In A. Munandar (Ed.), *Media Sains Indonesia* (Issue August). Media Sains Indonesia.

Qanita, A., Kholison, R. F., & Afiq, M. K. (2022). Effect of Trend and Halal Life Awareness on Halal Fashion Product Selection Preferences. *Journal of Halal Product and Research*, 5(1), 9–15. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.1.9-15>

Rohman, M., & Pramesti, D. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19. 2(2), 190–205. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6933>

Sakinah, N., & Nanda, M. (2022). Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 2022, 32.

Saputra, A. W. T., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Pengalaman dan Trend terhadap Keputusan Pembelian Produk Apparel Motor “Prostreet” di Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 740–762.

Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 683–690. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9856>

- Senda, A. D., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Brand Import Thrift Dan Harga Terhadap Preferensi Konsumen (Study Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo). *Jesya*, 6(2), 1490–1499. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1127>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sinambela, E. A., & Widyawati, N. (2021). Studi Tentang Citra Toko, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian di Toko Busana Muslim. *Jurnal Lima Daun ...*, 1(1), 39–52. <https://mada.indonesianjournals.com/index.php/mada/article/view/4>
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSARAT di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520.
- Staal, R. N., & Wardaya, M. (2021). Persepsi Dan Preferensi Konsumen Indonesia Terhadap Produk Asing Dan Produk Lokal Melalui Media Sosial. *Jurnal VICIDI*, 11(2), 52–59. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v11i2.2394>
- Sugiyono, D. (2017). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*. ALFABETA.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17–28. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/125>
- Swastika, G. L. D., Tjondro, J., & Josephine, C. (2021). Tren Shopee Haul dalam

Platform Tiktok: Sebuah Tinjauan Budaya Pop dan Tontonan. *Jurnal ASPIKOM JATIM*, 2(2), 56–80.

Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73–79. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/view/10442>

Tambun, S., Heryanto, H., Mulyadi, M., Sitorus, R. R., & Putra, R. R. (2022). Pelatihan Aplikasi Olah Data SmartPLS untuk Meningkatkan Skill Penelitian bagi Dosen Sekolah Tinggi Theologia Batam. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(2), 233. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5519>

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Marketing Pemasaran. In *Bauran Pemasaran* (Edisi 1). ANDI, 2020.

Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>

Verayani Rahma Nur Damasita, & Nur Hidayat, E. (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. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i1.225>

Vukasovič, T. (2014). European meat market trends and consumer preference for poultry meat in buying decision making process. *World's Poultry Science Journal*, 70(2), 289–302. <https://doi.org/10.1017/S0043933914000300>

Wahyudi, N. A. (2021). Analisis Faktor Faktor Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Booth Boca. *Performa*, 4(5), 746–755. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1694>

Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan

Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>

Yusuf, M. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. In *Экономика Региона*. KENCANA.

Yuzia Eka Putri, Asmar Yulastri, Giatman, Ganefri, Hansi Effendi, & Mukhlidi Muskhir. (2023). Tren E-Commerce Mempengaruhi Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Tata Boga Unimed. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(5), 3071–3079. <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i5.3448>