

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyulaniza, A. (2019). *Pengaruh Pengalaman Praktik Magang Industri Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Bengkulu*.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*. *Jurnal Pilar*No Title.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Bs, S., Arizal N, & Ririn Handayani. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Ependi, R. (2019). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs. *Eprint.Stieww.Ac.Id*.
- Fransisca, K. (2024). *Pengaruh Harga, Content Marketing, dan E- WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Fashion*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. adan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, A. Z. (2020). *ALISIS PENGARUH UPAH DAN ETIKA KERJA ISLAM TERHADAP KINERJA KARYAWAN YANG DIMODERASI OLEH MOTIVASI KERJA (Studi Kasus Rumah Sakit PKU Aisyiyah Boyolali)*.
- Han, V. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN PADA ISSUE SHOP MAKASAR. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Hayuningtrias, R., Rizqianti, A., & Sudrajat, A. (2022). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Di Kalangan Mahasiswa UNSIKA*. 5(1), 227–236.
- Iba, Zainuddin, adn A. W. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif*.
- Ikbal, I. (2022). Pengaruh Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Motivasi Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Fast Fashion Di Surabaya. *Pragmatis*, 3(1), 60. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v3i1.2478>
- 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>

- Jurnal, J., & Mea, I. (2021). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 5(3), 1171–1184.
- Karina, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online TikTok Shop*. 6(2), 101–116.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Kotler, P. and K. L. K. (2012). *Marketing Management, Edition 14, England: Pearson Education*.
- Leman, F. M., Soelityowati, Purnomo, J., & Fashion, M. (2021). Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan. *Seminar Nasional Envisi 2020: Industri Kreatif*, 128–136. www.fastcompany.com,
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 53–61.
- Majid, I. A., Pebrianggara, A., Indayani, L., Manajemen, P. S., & Sidoarjo, U. M. (2024). *The Effect Of Social Media Marketing , Price And Lifestyle On Purchasing Decision At Wizzmie Pengaruh Social Media Marketing , Harga , Dan Gaya Hidup*. 7.
- Mardani, A. R., Nugroho, J. A., & Jurnal, U. N. S. A. (2024). *Konsumtif Untuk Produk Fashion Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Uns Surakarta Angkatan 2021-2023*. 12(3).
- Mauliddiyah, N. L. (2021). *Pengaruh Social Media, Brand Image Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Beauty Brand Nature Republic*. 6.
- Mongisidi, S. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2020). *Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect Of Lifestyle And Price On The Decision Of Purchase Of Nike Shoes (Case Study Of Manado Town Square)*. 7(3).
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). *Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)*.
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. 1(1), 165–173.
- Nisa, K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Skintific. *Nucl. Phys.*, 13(1).
- Novianingtyas, G. E., & Bagana, B. D. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pembagian Dividen Pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(7), .
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review

- Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Nursyafitri, A. (2023). *Pengaruh promosi, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk fast fashion*. 1–5.
- Patria, N., & Nisa, P. H. (2024). *Pengaruh Trend Fashion dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci*. 8(2), 1277–1280. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1739>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pratiwi, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikare 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Primadani, B. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram @ Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic Pengaruh Media Sosial Instagram @ Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic*. July. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.164>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Rahmawan, A. (2023). *Pengaruh Harga , Life Style Dan Fast Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Second Branded Import Di Surabaya*. 5, 121–130.
- Rido Kurniawan, F. S. (2019). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang. *Academy of Management Journal*, 5(3), 11–143.
- Rika Widianita, D. (2023). NOVASI PRODUK HIJAB DENGAN PEWARNAAN ALAMI MENGGUNAKAN TEKNIK ECOPRINT. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 450–458. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3463>
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., Dewi, E., Tarigan, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–15. www.pom.go.id
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Tirtayasa. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. 12(2), 212–231.

Widoyoko, E. P. (2016). *Teknik teknik penyusunan instrumen penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.