

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, W. I. (2021). *Analisis Dampak Self Efficacy Dan ...*, Widya Indah Adiningsih, Universitas Multimedia Nusantara. 1–21.
- Aeniyatul. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>
- Aini, N. G., & Hadi. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Citra Merek Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Di Kudus Tahun 2018. *Journal of Sport Coaching and Physical Education*, 4(1), 43–47.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Alifah, R. N., Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). Pengujian outer model pada konstrak resiliensi. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i1.15124>
- 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>

Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2–9. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>

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>

ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

Asrini, W., Pratisti, C., & Informatika, I. (2024). *Potensi brand personal identity dalam keputusan konsumen generasi Z pada produk H & M di Indonesia pembelian*. 8(1), 74–88.

Astuti, N. P., & Bakri, R. (2021). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 614.

Ayu, I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Online Store Media Sosial dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Sharia*

Economics, 3(1), 23–37.

Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>

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>

Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

Bernaldo, B., Pebrianti, C., Nurhasanah, D., Ester, N., & Nurhayati, T. (2023). Analisis Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Mixue di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 54–63.

Binabu, E., Duli, D. K., & Manane, D. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Country of Origin Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(3), 208–215. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i3.5471>

Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>

Daniel Zuhad, M., & Yoestini. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Dasmasela, V. B., & Tunjungsari, H. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Pengusaha Wanita. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 864. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13218>

Ernawati, P. A. W. dan S. (2024). Pengaruh Sosial Media Dan Atmosphere Store Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nabila Fashion. ... (*JSM*) e-ISSN 2745-5955| p ..., 5(1), 38–47. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/2493%0Ahttps://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/download/2493/2108>

Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53–62. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>

Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>

Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kuallitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.

Fitriana, D. Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, CITRA MEREK SEBAGAI PERAN MEDIASI (Studi pada Pembeli Butik Q-Blat Purwodadi)*.

Fitriani, N., NUR SULISTYOWANTY, L., & ULA ANANTA FAUZI, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Stud Kasus Batik Pringgodani Khas Ngawi). *Simba*, (September 2022), 2686–1771.

Hidayatullah, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.

Imamah, Muinah Fadhilah, & Nonik Kusuma Ningrum. (2022). MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI IKLAN MEDIA SOSIAL, WORD OF MOUTH DAN CITRA MERK (Studi Kasus Pada Café Sembari Coffee, Sleman). *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 5(1), 159–161. <https://doi.org/10.31605/mandar.v5i1.1939>

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>

Iskandar, F. H., & Assa, A. F. (2022). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3584–3595.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i8.1462>

Junianto, D., & Sabtohadhi, J. (2020). Pengaruh Sistem Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Industri Pabrik Gula. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.35906/je001.v9i1.423>

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>

Kuntoro, A. Y., Hasan, M. A., Saputra, D. D., & Riana, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Fixpay Menggunakan SEM Dengan PLS. *Jurnal Informatika*, 6(1), 122–133.
<https://doi.org/10.31311/ji.v6i1.5527>

Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang.

Academy of Management Journal, 5(3), 11–143.

Kustaji, K., Anitasari, H., Azhari, A., Noor, F., & Agustino, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Fashion Kekinian di Toko Fandim Jaya Collection. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9431–9435.

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

MAHARANTI, P. (2022). Makalah Metodologi Penelitian Desain Penelitian (Research Design). *Academia.Edu*.
https://www.academia.edu/download/91635638/MAKALAH_5_METODOLOGI_PENELITIAN_DESAIN_PENELITIAN_RESEARCH_DESIGN_.pdf

Mawardy, R. N., Lestari, W. D., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Product Quality Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Di Surakarta). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(Mei), 2477–1783.

Meithiana, Indrasari; Ansory, H. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.

<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

- Milla, H., & Febriola, D. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Memilih Masuk Program Studi Pendidikan Ekonomi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 149–158. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2493>
- Monginsidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). 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). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949–2958.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- Ni Komang Ayu Darma, P., Ni Luh Kadek Laksmi, W., Luh Sri, D., & Rimalinda, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Image Bvlgari Resort Bali. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(1), 20–28.
- Nuryanti, Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310.

- Papilaya, Y., & Kramadibrata, B. S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 21–35. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1567>
- 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.
- Pramuditya Saputra, A. (2021). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (Lpp Rri) Malang. *Library STIE MCE*, 23–30. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1487>
- 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>
- Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Daryanto Seno, A. H. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 359–369. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34753>
- Putri, M. O., & Sabardini, S. E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta).

Cakrawangsa Bisnis, 4(1), 1–10.

Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala: Management Business Journal*, 4(2), 847. www.digimind.id

Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.

Rony Malvia, Fahmi Faizal, Faizal Izmy, F., & Malvia Mardani, R. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 01, 61–71. www.fe.unisma.ac.id

Saepudin, M., Nurjanah, R., & Gunawan, A. (2023). *ANALISIS PERANAN ORANG TUA DALAM PEMBELAJARAN DARING (DALAM JARINGAN) KELAS VIII (STUDI KASUS DI SMP DJUANATIKA CICALENGKA KABUPATEN BANDUNG)*. 1(November 2022).

Safri, H., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Penerapan Fungsi – Fungsi Manajemen Terhadap Kinerja Guru Pada Sdn 143 Arusu Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*,

1(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v1i1.30>

Santosa, A. D., Bintari, V. I., & Hamzah, R. A. (2019). Peran Kepercayaan Dan Brand Image Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online Di Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 60–68. <https://doi.org/10.37058/jem.v5i1.856>

Saputro, G. B., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office PT. Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.

Savira, V. S. N., & Ida Yulianti. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(1), 110–118. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.12>

Shinta Agustina. (2020). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2). https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pemasaran&ots=4OW3gb3be_&sig=nkw1g0J8CYUiwenudefN7s-ZCd8

Sudarta. (2022). 濟無No Title No Title No Title. 16(1), 1–23.

Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen

Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10.

Terrasista, N. C., & Sidharta, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Proyek Bisnis Kaku. *Performa*, 6(5), 419–428. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2568>

Trisnadewi. (2022). Pengaruh_brand_image_dan_iklan_media_sosial_terhad. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis, 01 No 12,(12)*, 3626–3641.

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

Yani, S., & Siwi, M. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial Dan Sumber Belajar Digital Dalam Pembelajaran Bagi Siswa Digital Native Di SMAN 2 Painan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p001>

Yanti, N., Mallisza, D., & Mariandi, R. (2022). Optimalisasi Prestasi Kerja Karyawan dengan Menggunakan Analisis SEM PLS. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 4, 233–238. <https://doi.org/10.37034/infv4i4.171>

Yanti, T. D., Hayu, R. S., & Anggarawati, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan brand image terhadap loyalitas pelanggan di cafe Well the Wood (WTF) Bengkulu. *Open Journal System Universitas Bengkulu*,

5(3), 862–885.

Yogi Pratama, R. (2019). Fungsi-Fungsi Manajemen “P-O-A-C.” *Academia*, 22.
https://www.academia.edu/42703431/Fungsi_Fungsi_Manajemen_P_O_A_C

—

Yudi Kurniawan, K., & Albari, A. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 52–66.
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.566>

Yuriananda, A. V., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Stiesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4), 1–18.

Zalsabilah, T. A., Akramiah, N., & Erwantiningsih, E. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Di Toko Liersnack Di Pasuruan Raya. *Seminar Nasional Dan Call For Paper 2023 Dengan Tema "Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2045" PSGESI LPPM UWP*, 10(1), 467–483.

Adiningsih, W. I. (2021). *Analisis Dampak Self Efficacy Dan ...*, Widya Indah Adiningsih, Universitas Multimedia Nusantara. 1–21.

Aeniyatul. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.

Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>

Aini, N. G., & Hadi. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Citra Merek Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Di Kudus Tahun 2018. *Journal of Sport Coaching and Physical Education*, 4(1), 43–47.

Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>

Alifah, R. N., Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). Pengujian outer model pada konstruk resiliensi. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i1.15124>

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>

Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2–9.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>

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>

ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

Asrini, W., Pratisti, C., & Informatika, I. (2024). *Potensi brand personal identity dalam keputusan konsumen generasi Z pada produk H & M di Indonesia pembelian*. 8(1), 74–88.

Astuti, N. P., & Bakri, R. (2021). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 614.

Ayu, I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Online Store Media Sosial dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Sharia Economics*, 3(1), 23–37.

Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>

- 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>
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Bernaldo, B., Pebrianti, C., Nurhasanah, D., Ester, N., & Nurhayati, T. (2023). Analisis Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Mixue di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 54–63.
- Binabu, E., Duli, D. K., & Manane, D. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Country of Origin Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(3), 208–215. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i3.5471>
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Daniel Zuhad, M., & Yoestini. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Dasmasela, V. B., & Tunjungsari, H. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Pengusaha Wanita. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 864. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13218>

Ernawati, P. A. W. dan S. (2024). Pengaruh Sosial Media Dan Atmosphere Store Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nabila Fashion. ... (*JSM*) e-ISSN 2745-5955| *p* ..., 5(1), 38–47. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/2493%0Ahttps://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/download/2493/2108>

Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53–62. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>

Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>

Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kuallitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.

Fitriana, D. Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, CITRA MEREK*

SEBAGAI PERAN MEDIASI (Studi pada Pembeli Butik Q-Blat Purwodadi).

Fitriani, N., NUR SULISTYOWANTY, L., & ULA ANANTA FAUZI, R. (2022).

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Stud Kasus Batik Pringgodani Khas Ngawi). *Simba*, (September 2022), 2686–1771.

Hidayatullah, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.

Imamah, Muinah Fadhilah, & Nonik Kusuma Ningrum. (2022).

MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI IKLAN MEDIA SOSIAL, WORD OF MOUTH DAN CITRA MERK (Studi Kasus Pada Café Sembari Coffee, Sleman). *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 5(1), 159–161.
<https://doi.org/10.31605/mandar.v5i1.1939>

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>

Iskandar, F. H., & Assa, A. F. (2022). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3584–3595.

<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i8.1462>

Junianto, D., & Sabtohadhi, J. (2020). Pengaruh Sistem Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Industri Pabrik Gula. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.35906/je001.v9i1.423>

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>

Kuntoro, A. Y., Hasan, M. A., Saputra, D. D., & Riana, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Fixpay Menggunakan SEM Dengan PLS. *Jurnal Informatika*, 6(1), 122–133. <https://doi.org/10.31311/ji.v6i1.5527>

Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang. *Academy of Management Journal*, 5(3), 11–143.

Kustaji, K., Anitasari, H., Azhari, A., Noor, F., & Agustino, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Fashion Kekinian di Toko Fandim Jaya Collection. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9431–9435.

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

MAHARANTI, P. (2022). Makalah Metodologi Penelitian Desain Penelitian (Research Design). *Academia.Edu*. https://www.academia.edu/download/91635638/MAKALAH_5_METODOLOGI_PENELITIAN_DESAIN_PENELITIAN_RESEARCH_DESIGN_.pdf

Mawardy, R. N., Lestari, W. D., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Product Quality Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Gacoan Di Surakarta). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(Mei), 2477–1783.

Meithiana, Indrasari; Ansory, H. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>

Milla, H., & Febriola, D. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Memilih Masuk Program Studi Pendidikan Ekonomi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 149–158. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2493>

Monginsidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). 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). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949–2958.

Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.

Ni Komang Ayu Darma, P., Ni Luh Kadek Laksmi, W., Luh Sri, D., & Rimalinda, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Image Bvlgari Resort Bali. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(1), 20–28.

Nuryanti, Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310.

Papilaya, Y., & Kramadibrata, B. S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 21–35.
<https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1567>

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.

Pramuditya Saputra, A. (2021). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (Lpp Rri) Malang. *Library STIE MCE*, 23–30. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1487>

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>

Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Daryanto Seno, A. H. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 359–369. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34753>

Putri, M. O., & Sabardini, S. E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 4(1), 1–10.

Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala: Management Business Journal*, 4(2), 847. www.digimind.id

Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Pomosi dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.

Rony Malvia, Fahmi Faizal, Faizal Izmy, F., & Malvia Mardani, R. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 01, 61–71. www.fe.unisma.ac.id

Saepudin, M., Nurjanah, R., & Gunawan, A. (2023). *ANALISIS PERANAN ORANG TUA DALAM PEMBELAJARAN DARING (DALAM JARINGAN) KELAS VIII (STUDI KASUS DI SMP DJUANTIKA CICALENGKA KABUPATEN BANDUNG)*. 1(November 2022).

Safri, H., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Penerapan Fungsi – Fungsi Manajemen Terhadap Kinerja Guru Pada Sdn 143 Arusu Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 1(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v1i1.30>

Santosa, A. D., Bintari, V. I., & Hamzah, R. A. (2019). Peran Kepercayaan Dan Brand Image Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online Di Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 60–68. <https://doi.org/10.37058/jem.v5i1.856>

Saputro, G. B., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office PT. Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.

Savira, V. S. N., & Ida Yulianti. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(1), 110–118.
<https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.12>

Shinta Agustina. (2020). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pemasaran&ots=4OW3gb3be_&sig=nkw1g0J8CYUiwenudefn7s-ZCd8

Sudarta. (2022). 済無No Title No Title No Title. 16(1), 1–23.

Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10.

Terrasista, N. C., & Sidharta, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Proyek Bisnis Kaku. *Performa*, 6(5), 419–428. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2568>

Trisnadewi. (2022). Pengaruh_brand_image_dan_iklan_media_sosial_terhad.
Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis, 01 No 12,(12), 3626–3641.

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.
<https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

Yani, S., & Siwi, M. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial Dan Sumber Belajar Digital Dalam Pembelajaran Bagi Siswa Digital Native Di SMAN 2 Painan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 1–7.
<https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p001>

Yanti, N., Mallisza, D., & Mariandi, R. (2022). Optimalisasi Prestasi Kerja Karyawan dengan Menggunakan Analisis SEM PLS. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 4, 233–238. <https://doi.org/10.37034/infeb.v4i4.171>

Yanti, T. D., Hayu, R. S., & Anggarawati, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan brand image terhadap loyalitas pelanggan di cafe Well the Wood (WTF) Bengkulu. *Open Journal System Universitas Bengkulu*, 5(3), 862–885.

Yogi Pratama, R. (2019). Fungsi-Fungsi Manajemen “P-O-A-C.” *Academia*, 22.
https://www.academia.edu/42703431/Fungsi_Fungsi_Manajemen_P_O_A_C

—

Yudi Kurniawan, K., & Albari, A. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Harga

terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 52–66.
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.566>

Yuriananda, A. V., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Stiesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4), 1–18.

Zalsabilah, T. A., Akramiah, N., & Erwantiningsih, E. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Di Toko Liersnack Di Pasuruan Raya. *Seminar Nasional Dan Call For Paper 2023 Dengan Tema "Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2045"* PSGESI LPPM UWP, 10(1), 467–483.