

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussalam, M., & Supriyono. (2023). Pengaruh *Brand Image dan Brand Trust* terhadap Loyalitas pelanggan pada KFC di Sidoarjo. 1–10.
- Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60.
- Algiffari, R. F., Putri, L. A., Mujayanah, A., Abdillah, A. F., & Rosyani, P. (2023). Pengaruh Implementasi Aplikasi Kewirausahaan Terhadap Produktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(6), 313–319.
- Andrea, J. G. (2023). Kepercayaan Merek. *Journal GEEJ*, 7(2), 12–41.
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Journal GEEJ*, 7(2), 266–278.
- Arianty, & Andira. (2021). Keputusan Pembelian. *Jurnal Eskripsi USM*, 8(2), 1–23.
- Aurelia, K., Maharani, J., & Purwanto, S. (2024). *The Influence of Green Marketing , Brand Awareness , And Lifestyle on the Purchase Decision of Aqua Life Bottled Water Products in Surabaya*. 3(10), 4887–4898.
- Cheren, C., & Haryanto, H. (2023). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Pada Konsumen Klinik Kecantikan yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Management Studies*, 4(5), 5114–5127.
- Cipta, H. K. (2024). Pengaruh Beban Kerja, Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- D3.1. (n.d.).
- Dhani, M. J. P., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk , Promosi , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow for Men. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11, 1–17.
- Djatajuma. (2023). *Manajemen Pemasaran*. 37–39.
- Efendi, M. S. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Nike. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7114–7123.
- Erwandi, M., & Aswin. (2022). *Merek*. 1–23.
- Febiantika, T. N., & Yani, R. E. F. M. (2025). *Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian*. 9(1), 100–122.
- Ferdiana, R., & Yuwono, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi). *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 310–318.
- Fernanda. (2024). *Manajemen. Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu, 2013*, 13–37.

- Firmansyah, R. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 658.
- Fitriawati, R. E., & Aminah, S. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Saff & Co Di Kupang. *New Scientist*, 165(2229), 57.
- Hazelia, A. M. (2022). Pengaruh Manfaat yang Dipersepsi dan Kemudahan Menggunakan yang Dipersepsi Terhadap Intensi untuk Terus Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Journal Of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 16–25.
- Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3288–3296.
- Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 255–262.
- Jannah, D. N., Supriyono, S., & Izaak, W. C. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Micellar Water Di Gresik. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 3727–3736.
- Kurniawan, Y. S., Priyanga, K. T. A., Krisbiantoro, P. A., & Imawan, A. C. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sephora Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Multidiciplinary Applied Natural Science*, 1(1), 1–12.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241.
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120.
- Murtazah, I. B., & Purwanto, S. (2024). *Influence Of Lifestyle, Brand Image And Perception Price Into Purchasing Decisions Brand Uniqlo*. 4(2), 388–397.
- Nastiti, P. A., Ekowati, T., & Runanto, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Quality Product Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Cosmetics Di Purworejo. *JMB*, 15(1), 37–48.
- Nisa, A., Safitra, as, Rizal, A., & Stikubank Semarang, U. (2023). The Impact Of Brand Image, Celebrity Endorser And Shopping Lifestyle On Purchase Decisions At E-Commerce Shopee Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopeeid 2 *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5229–5238.
- Nugraha, J. (2024). *Manajemen Pemasaran*. 1–23.
- Nur Hamidah, I., & Prabowo, B. (2023). The Influence Of Brand Image, Perceived Quality, And Consumer Attitudes On Uniqlo Brand Equity (Study On UPN

- Veteran Students, East Java) Merek Uniqlo (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3762–3772.
- Nuzula, F. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Kepanjen*. 9, 356–363.
- Pakaila, J. R., & Abbiyya, R. M. A. S. W. (2024). *Tren Overclaim Dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan Pada Produk Skincare Di Indonesia*. 9(14), 504–510.
- Pamungkas, A. R., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Ambassador Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 362–369.
- Praditha, E., Ismalia, K., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Uang Saku Bulanan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarama). *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(3), 46.
- Prasanti, S. A., Dewi, R. S., Farida, N., Bisnis, D. A., Diponegoro, U., & Semarang, K. (2024). *Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Kota Semarang Pendahuluan*. 13(4), 1040–1048.
- Purnandika, R. A. (2024). *Perilaku Konsumen*. 2020, 1–23.
- Ramadhani, M. H. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM. *Jurnal Sains Student Research*, Vol.1(1), hlm 2.
- Rezqi, T., Anggraeni, W., & Syariah, P. E. (2023). Pendahuluan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 410–417.
- Rismah, S. K. (2022). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 2020, 1–23.
- Sa'dam, A. A., & Albari. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai yang Dirasakan terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Ponsel Merek Samsung di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(01), 156–168.
- Saputra, A. B., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions At Tokopedia Market Place On Kahf Skincare Products Among Gen Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4221–4234.
- Setiyanti, S., & Ansori, M. I. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 211–226.
- Sitohang, J., & Pujoprasetyono, H. (2024). The Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 9–19.
- Sugiono. (2022). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Stres Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Bekasi*. 28–38.
- Abdussalam, M., & Supriyono. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas pelanggan pada KFC di Sidoarjo*. 1–10.

- Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60.
- Algiffari, R. F., Putri, L. A., Mujayanah, A., Abdillah, A. F., & Rosyani, P. (2023). Pengaruh Implementasi Aplikasi Kewirausahaan Terhadap Produktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(6), 313–319.
- Andrea, J. G. (2023). Kepercayaan Merek. *Journal GEEJ*, 7(2), 12–41.
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Journal GEEJ*, 7(2), 266–278.
- Arianty, & Andira. (2021). Keputusan Pembelian. *Jurnal Eskripsi USM*, 8(2), 1–23.
- Aurelia, K., Maharani, J., & Purwanto, S. (2024). *The Influence of Green Marketing , Brand Awareness , And Lifestyle on the Purchase Decision of Aqua Life Bottled Water Products in Surabaya*. 3(10), 4887–4898.
- Cheren, C., & Haryanto, H. (2023). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Pada Konsumen Klinik Kecantikan yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Management Studies*, 4(5), 5114–5127.
- Cipta, H. K. (2024). Pengaruh Beban Kerja, Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- D3.1. (n.d.).
- Dhani, M. J. P., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk , Promosi , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow for Men. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11, 1–17.
- Djatajuma. (2023). *Manajemen Pemasaran*. 37–39.
- Efendi, M. S. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Nike. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7114–7123.
- Erwandi, M., & Aswin. (2022). *Merek*. 1–23.
- Febiantika, T. N., & Yani, R. E. F. M. (2025). *Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian*. 9(1), 100–122.
- Ferdiana, R., & Yuwono, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi). *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 310–318.
- Fernanda. (2024). Manajemen. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2013, 13–37.
- Firmansyah, R. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 658.
- Fitriawati, R. E., & Aminah, S. (2024). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Saff & Co. di Kupang. *New Scientist*, 165(2229), 57.

- Hazelia, A. M. (2022). Pengaruh Manfaat yang Dipersepsi dan Kemudahan Menggunakan yang Dipersepsi Terhadap Intensi untuk Terus Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Journal Of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 16–25.
- Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3288–3296.
- Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 255–262.
- Jannah, D. N., Supriyono, S., & Izaak, W. C. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Micellar Water Di Gresik. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 3727–3736.
- Kurniawan, Y. S., Priyanga, K. T. A., Krisbiantoro, P. A., & Imawan, A. C. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sephora dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening. *Journal of Multidiciplinary Applied Natural Science*, 1(1), 1– 12.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241.
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120.
- Murtazah, I. B., & Purwanto, S. (2024). *Influence Of Lifestyle, Brand Image And Perception Price Into Purchasing Decisions Brand Uniqlo*. 4(2), 388–397.
- Nastiti, P. A., Ekowati, T., & Runanto, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Quality Product dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Cosmetics di Purworejo. *JMB*, 15(1), 37–48.
- Nisa, A., Safitra, as, Rizal, A., & Stikubank Semarang, U. (2023). *The Impact Of Brand Image, Celebrity Endorser And Shopping Lifestyle On Purchase Decisions At E-Commerce Shopee Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopeeid 2 *Corresponding Author. Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5229–5238.
- Nugraha, J. (2024). *Manajemen Pemasaran*. 1–23.
- Nur Hamidah, I., & Prabowo, B. (2023). *The Influence Of Brand Image, Perceived Quality, And Consumer Attitudes On Uniqlo Brand Equity (Study On UPN Veteran Students, East Java) Merek Uniqlo (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur). Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3762–3772.
- Nuzula, F. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Kepanjen. 9, 356–363.

- Pakaila, J. R., & Abbiyya, R. M. A. S. W. (2024). Tren *Overclaim* Dalam Industri Kecantikan : Analisis Etika Terapan pada Produk *Skincare* di Indonesia. 9(14), 504–510.
- Pamungkas, A. R., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Ambassador Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 362–369.
- Praditha, E., Ismalia, K., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Uang Saku Bulanan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarama). *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(3), 46.
- Prasanti, S. A., Dewi, R. S., Farida, N., Bisnis, D. A., Diponegoro, U., & Semarang, K. (2024). Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro di Kota Semarang Pendahuluan. 13(4), 1040–1048.
- Purnandika, R. A. (2024). *Perilaku Konsumen*. 2020, 1–23.
- Ramadhani, M. H. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM. *Jurnal Sains Student Research*, Vol.1(1), hlm 2.
- Rezqi, T., Anggraeni, W., & Syariah, P. E. (2023). Pendahuluan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 410–417.
- Rismah, S. K. (2022). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, 2020, 1–23.
- Sa'dam, A. A., & Albari. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai yang Dirasakan terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Ponsel Merek Samsung di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(01), 156–168.
- Saputra, A. B., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions At Tokopedia Market Place On Kahf Skincare Products Among Gen Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4221–4234.
- Setiyanti, S., & Ansori, M. I. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 211–226.
- Sitohang, J., & Pudjoprastyono, H. (2024). The Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 9–19.
- Sugiono. (2022). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Stres Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Bekasi*. 28–38.
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykpn*, 2(2), 275–286.
- Widyaningrum, P. (2022). Faktor - Faktor yanag Mempengaruhi Minat Berlangganan pada Layanan Video On Demand (Studi Pengguna Layanan VOD di Jakarta Timur). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25.

- Wijayanti, N. (2023). *Apa Pengaruh Religiusitas , Citra Merek , dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Rumah Cantik Tazkiya*. 2(02), 349–354.
- Wirasakti, M. R., & Purwanto, S. (2023). the Effect of Brand Image and Brand Trust on Hotel Booking Purchase Decisions in the Agoda Application. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 2(6), 765–775.
- Wulandari, R. I., & Purwanto, S. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere , Persepsi Harga , dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya*. 7, 11517–11520.
- Zenitha, N., & Aminah, S. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.