

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Adi & Zaleha Trihandayani. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas kw Cartier di kalangan Mahasiswi sebagai penunjang penampilan kuliah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(03), 16–22.
- Alvina Rahma, E. S. (2021). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6, 96–107.
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Angelica Vanessa, K. I. (2024). Perilaku Keputusan Pembelian Konsumen berdasarkan Kualitas Produk dan Persepsi Harga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 11(1), 831–837.
- Anggoro, M. R. (2025). Pengaruh Fasilitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Keboon Kopi Batam. *JBME: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 21–36.
- Anggraina, Y. A., Saputro, A. D., & Sumaryanti, L. (2025). *Effectiveness of a U-Shaped Seating Arrangement on Fourth Grade Students ' Indonesian Language Learning Outcomes*. 10(1), 119–130.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Christi, M., & Junaedi, S. (2021). The Influence of Social Media on Consumer Purchase Intentions : Like Behavior as a Moderator. *Journal of Social Science*, 2, 286–299.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 1–4. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>
- Efendi, M. S. A., & Purwanto, S. (2023). *Purchase Decision Pengaruh Brand Image , Celebrity Endorser Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Nike*. 4(6), 7114–7123.
- Elvina, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas di D.I.Yogyakarta. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7.
- Fauziah, A., Sangadji, E. M., & Nurhayati, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thriftshop Merah Biru Supply Kota Pasuruan. *Jurnal Mufakat*, 2(5), 39–50.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro (BP UNDIP).
- Gunawan, Y., & Kusuma, S. (2025). *Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Generasi Z*. 136–141.
- Hair Jr, Hult M, M Ringle, Marko Sartetd, Nicholas Danks, R. S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer.
- Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3, 3288–3296.
- Ikhsti Marwinda Putri, N. D. I. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Trend Fashion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TA Butik Kendal. *Business Perspective Journal*, IV(2), 229–235.
- Jofira, H., Sabur, M., & Fadhilah, D. A. (2025). Antecedents of Customer Citizenship Behavior in Local Coffee Shops. *EKONIKA: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 10(1).
- Karmelia, J. J. dan L. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variable Moderasi (Survey Pada Konsumen CS Used Cab Cirebon). *ENTREPRENEUR Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4, 158–175.
- Linnarto, F. P., Gunawan, K. P., Setiadi, M., Ashyari, R. A., & Lukman, S. (2022). Teh Putih sebagai Alternatif Minuman Fungsional untuk Gaya Hidup Sehat : Peluang Komersialisasi di Indonesia. *IBR (Indonesia Business Review)*, 02(1).
- Lutfia, R. T. A. U. S. A. (2024). Analisis Social Media Marketing Activities dalam Meningkatkan Purchase Intention Pengguna Instagram pada Produk Audio

- Nirkabel. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 05(02), 226–244.
- Mahendra Alfatoni, & Ugy Soebiantoro. (2023). The Influence of Brand Image and Product Quality to Converse Shoe Purchasing Decisions (Study on UPN “Veteran” East Java Students). *International Journal of Economics (IJEK)*, 2(2), 349–359. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.530>
- Manggala, S. (2020). *Pemaknaan fashion : Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya The use of fashion : Study of lifestyle in the Indonesian Sneakers Team Surabaya community*. 103–110.
- Murtazah, I. B., & Purwanto, S. (2024). *INFLUENCE OF LIFESTYLE , BRAND IMAGE AND PERCEPTION PRICE INTO PURCHASING DECISIONS BRAND UNIQLO IN SURABAYA CITY*. 4(2), 388–397.
- Nathaniela Rahmaniya, A. R. (2026). Pengaruh Citra Merek , Harga , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Warrior di Kota Bandung. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 11663–11672.
- Ni Wayan Dewik Astini, Ni Putu Nita Anggraini, I. W. G. A. S. J. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Persepsi Harga dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk IQOS di Bali. *Jurnal EMAS*, 5, 36–51.
- Oka Nugroho, A. B. (2025). Pengaruh Gaya Hidup dan Fashion Involvement terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Secondhand Kota Tangerang Selatan. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan Dan Sumber Daya Manusia*, 5(2), 364–376.
- Oktavia Lestari, T., & Permata Rahmi, P. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans Di E – Commerce. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 8(1), 13–26. <https://doi.org/10.36815/bisman.v8i1.3716>
- Pardede, R., Manajemen, M., Mulia, U. B., Haryadi, T. Y., Manajemen, A. M., & Mulia, U. B. (2022). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen*. 10(1).
- Philip Kotler, G. A. (2018). *Principle of Marketing* (Y. Sally (ed.); 14th ed.). <https://commecsintstitute.edu.pk/wp-content/uploads/2024/08/Principles-of->

Marketing-14th-Edition.pdf

- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). *Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia*. 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Priatna, H., Sofwan, S. V., Ekonomi, F., Studi, P., Universitas, A., Bandung, B., & Piutang, P. (2021). Pengaruh Perputaran Total Aset dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (ROI) pada PT. LEN INDUSTRI (PERSERO) periode 2012-2018. *AKURAT | Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12, 1–17.
- Putra, A., & Nova Anggrainie. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1192, 240–253.
- Ramadhan, A. R., & Saraswati, T. G. (2023). Pengaruh Brand Image , Lifestyle , Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Brand Uniqlo Di Indonesia The Influence Of Brand Image , Lifestyle , And Perceived Value On Purchase Intention Brand Unqilo In Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 10(5), 3937–3947.
- Ridho Riyanto, M. Fadhli Nursal, F. D. S. S. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu Aerostreet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 3(8), 390–401.
- Riyanto, N. K. I. dan E. D. (2024). Pengaruh faktor ekonomi pada pola konsumsi: perilaku pemakaian brand sepatu imitasi Converse di Kota Surabaya. *METAHUMANIORA - Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 14(2), 92–100.
- Rizal, M. (2021). Analisis Pola Spasial Tingkat Urbanisasi di Provinsi Jawa Timur Tahun 2010 – 2020. *JIMMBA : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Rizky Agung Wicaksono, Ayu Nurafni Octavia, M. S. A. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di semarang. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol.*, 21(1), 10–19.
- Rochani, T. P. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

- Konsumen di toko daster Tiary Art Shop Tulungagung. *JBME: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Ekonomi*, 21(2), 954–967.
- Septi Setyaningsih, Nadia Zahra Faisal, Afiyah Lucahya, Nahwa Janah, Nabila Najwa, & Husni Mubarak. (2025). Hubungan Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Tuku : Studi Akuntansi Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 111–127. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i2.1338>
- Shanjaya, I. A., & Harsono, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada kemeja pria merek Buon Giorno. *Jurnal Ilmiah Publika*, 11, 382–397.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Statistika deskriptif dan probabilitas*. CAPS.
- Syafitri, R., & Nugroho, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(4), 1051–1058. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.4.19>
- Teguh Prasetyo, Pandapotan Simarmata, D. T. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(2), 1141–1155.
- Thalib, R. F., Reza, Y. A., Zulkifli, A., & Indonesia. (2024). Kajian semiotik pada produk sepatu nike air jordan. *Journal of Business Research*, 1(1).
- Wardana, W. (2015). *Strategi Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Yusa, V. De, Utami, R. R., & Suwandi, S. (2024). Pengaruh E-WOM, Citra Merek, dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli: Studi Pada Konsumen Piero Footwear. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 139–152. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i1.336>