

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra (ed.)). ayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Algifari. (2015). Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPF.
- Ambardi, Aini, N., Husnayeti, & Helmi. (2023). Dampak Brand Image , Fashion Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Online Shop. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akutansi)*, 12(1), 92–98.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1279>
- Appriilia, R. D., & Dwijayanti, R. (2021). Kecintaan Merek Lokal, Fashion Lifestyle, dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sneakers Ventela. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 11, 14–21.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24036/011120470>
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jirk.v3i2.6019>
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 07(02), 125–131.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N., (2016). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews). Jakarta
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Cahya, A. D., Nurhajati, & Basalamah, R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 09(02), 132–143.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/7234/5806>
- Darmawan, Kasno; Irdiana, Sukma; Khairullah, Mohammad Noor; Ariyono, K. Y. (2022). *View of Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan Ukm Kopi Di Kecamatan Pasrujambe Kabupaten Lumajang*.
- Fadli, Z., Santosa, A. D., Octaviani, D. W., Yudha, H. S., Fauzan, R., Rukmana,

- A. Y., Herdiansyah, D., & Fitriana. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital* (Muttaqin (ed.)). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Famelia, A. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Di Platform Belanja Shopee.
- Fauziah, M. N., & Setiawan, H. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Fashion di Instagram. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, September 2022.
<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3271>
- Ferdinand, Augustin. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory (25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis, Dan Disertasi))* (Apriya (ed.)). Yoga Pratama.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, Phillip., dan Keller, Kevin Lane.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Lestari, D. F., & Azizah, J. N. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-commerce Shopee di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT)*, 6(1).
<https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Listania, & Zulfahmi, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian di Toko BEAU Jatibening Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2.
<https://ejurnal.stietribhakti.ac.id/index.php/JMB/article/view/272>
- Narvatinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Thrift Shop Online di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen @ THRIFTBUY . ME Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 12(1), 13–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/jbk.v12i1.3666>

- Nawangsih, Yunus, K., & Ifa, K. (2019). Strategi Pengambilan Keputusan Kedai Kopi. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 3, 92–98.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30741/adv.v3i2.474>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihan, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*.
- Oktarini, R. (2022) Buku Ajar Strategi Pemasaran. Cipta Media Nusantara.surabaya
- Oktavia, F., Kumala, N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/eeco.v6i1.11196>
- Paramita, R. W. D., Sulistyan, R. B., & Noviansyah. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Azyan Mitra Media.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books
- Putri, B. R. T., Budiarta, D. I. W., Parimartha, K. W., I Wayan Sukanata, Sp., & I Gst Ngurah Kayana. (2017). *Diktat Marketing produk peternakan*. 1–93.
- Robustin, T. P. (2022). Pendampingan pemasaran dan promosi pada usaha tas anyaman di desa karangsono kabupaten jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(01), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31967/jpm.v2i1.558>
- Safrillia, D., Arifin, R., & Saraswati, E. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Customer Review, dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Apikasi Shopee (Studi Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 501–510.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). KBM INDONESIA.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07> ISSN
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI). <http://repository.unmuhjember.ac.id/12398/1/Dasar-dasar-Manajemen-Pemasaran.pdf>

- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 10, 111–113.
www.fe.unisma.ac.id
- Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA*, 11(3), 761–771.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50226>
- Sugiyono, D. (2017). *metode penelitian bisnis*. ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Tantri, Helvi Aprilia Dwi (2023) Pengaruh Digital Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kabupaten Lumajang
- Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop. *Journal Of Comprehensive Science*, 2(4), 945.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jcs.v2i4.300>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Hamda (ed.)). Forum Pemuda Aswaja Jl.
<https://repository.unmul.ac.id/handle/123456789/5566?show=full>
- Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN* (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.