

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyah, A. N., Sari, D. K., & Oetarjo, M. (2025). *Pengaruh Brand Image , Social Media Marketing , dan Experiental Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Uniqlo Store Sidoarjo*. 17(3), 444–460.
- Astini, N. L. P., & Amrita, N. D. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Mutiara Permai*. 22, 42–51.
- Basari, T. (2024). *Grafik Pendapatan di Pasar Pakaian Indonesia dari Tahun (2021-2029)*.
- Cahyo, rahmat nur, & Budiyanto, A. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee*. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 134–146. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3342>
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribbek, P. K. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi E-Word Of Mouth pada Givanda Store Denpasar*.
- Dwifa, F., Rachma, N., & Hufon, M. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Promotional Mix terhadap Keputusan Pembelian Barang di Distro*. 551.
- Fauzi, V. P. (2016). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru*. 3(1), 1–15.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Gunawan, A. I., Amalia, F. A., Senalasari, W., & Gaffar, V. (2021). *Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram*. 10(September), 133–142.
- Ilham, oktrivan bramantya, Wahono, B., & Bastomi, M. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Trend Fashion terhadap Minat Beli Produk Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)*. 12(02), 687–698.
- Irna, C., Tafeni, V., Bisnis, A., & Komunikasi, F. (2020). *Analisis Event Marketing dan keputusan pembelian produk fashion lokal di kalangan pengunjung KICKEST Bandung*. *Ejournal.Unida.Gontor.*, 6(2), 97–117.
- Kamaruddin, I. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100*.

11.

- Kristina, A., & Sutisna. (2024). *Digital Marketing Strategies to Boost Fashion Product Sales in the Era of Social Media and E-Commerce*.
- Makena, Y. (2023). *Analisis Pengaruh Keragaman Produk Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kanaan di Kelurahan Kolana Utara Kecamatan Alor Timur Kabupaten Alor Yusuf Makena Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi , Universits Tribuana Kala*. 9(September), 977–991.
- Maulida Fitria, GianKosasih, & Fitralisma Asep. (2024). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosumen pada Toko Jihan Fashion di Tasikmalaya. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 353–361. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i4.4242>
- Ningsih, Saleh, M., Sudirman, Natsir, A. W., Nursapriani, & Umar, R. (2024). *Manajemen Pemasaran (Ningsih, S.E., M.M., Muhammad Saleh, A.Md. etc.) (Z-Library).pdf*.
- Ogi, Y., Supandi, A., & Rotinsulu, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian di Matahari Mega Mall Manado*. 6(4), 3953–3962.
- Pertiwi, B. A. S., & Sulidtyowati, R. (2021). *Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu*. 9(3), 1376–1383.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Pemasaran Intenasional*. salemba empat.
- Somantri, B., Syawal, N. P., & Wijaya, Z. R. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Location, Dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(8.5.2017), 2003–2005.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Sya'rani, saofi awalia, & Hartini. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Babokk Boutique di Kabupaten Sumbawa*. 1(1).
- Undari Sulung, & Muspawi, M. (2024). *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 110*. 5(September), 110–116.

- Wati, ernis prasetiyo. (2019). *Pengaruh suasana toko (Store Atmosphre) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surya Swalayan Bungkal Ponorogo*.
- Widiarto, rafa wina, & Tuti, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian*. 25(3), 259–267.
- Winada, R., Salsabila, A., Mitrawan, A., Paramitasari, N., & Darmajaya, B. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dikedai Miisoni Bandar Lampung*. 647–657.
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung*. *Jurnal EMAS*, 2(1), 150–161.
- Zulfa, N. (2024). *Pengaruh Hedonic Motivation dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion H&M di Mall Surabaya (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negri Malang)*.

