

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal pendidikan tambusai*, 4(1), 239-247.
- Afandi, A. T., Baidlowi, I., & Poernomo, A. H. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik “Bu Dar”. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(4), 105-119.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Arhofa, G. A., & Andarini, S. (2024). Pengaruh influencer marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk erigo apparel. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11-21.
- Arsita, N. (2021). 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.
- 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.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).
- Badan Pusat Statistik pertumbuhan-ekonomi--triwulan-iv-2023.html.
- Damayanti, RP, & Susanti, A. (2021). Antesenden keputusan pembelian tanaman hias pada masa pandemi di Surakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10 (2), 172-181.
- Dewi, C. R., Rahayu, J., & Hermawan, H. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Pelanggan Membeli di Toko Fashion Wanita@ Tuku2store Jember. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 871-881.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26-36.

- Dianti, N. R., & Paramita, E. L. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130-142.
- Farih, A., Jauhari, A., & Widodo, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(1), 41-60.
- Fashion Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah PadangSidimpuan Angkatan 2017.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang Grmedia
- Gunawan, H. 2018. Pemasaran Digital. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hadi, S. (2004). Metodologi Resarch jilid I, II, III, Untuk Penulisan Laporan, Skripsi (Doctoral dissertation, Thesis dan Disertasi. Yogyakarta: penerbit andi).
- Halimi, N., Hafidzi, A. H., & Nursaidah, N. (2023). Pengaruh fanatisme, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Lippo Plaza Mall Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(2), 183-193.
- Hananto, D. (2021, October). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*.
- Haryanti, I., Nurdin, H., Purnama, I., Mulya, KS, & Nurulrahmatiah, N. (2020, Agustus). Motif hedonis dan tren fesyen dalam keputusan pembelian jilbab. Dalam *Konferensi Tahunan ke-1 tentang Pendidikan dan Ilmu Sosial (ACCESS 2019)* (hlm. 139-141). Atlantis Press.
- <https://www.tempo.co/data/data/orang-indonesia-lebih-suka-belanja-pakaian-999959>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk fast fashion. *JurnalManajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.
- Kotler dan Keller 2012 Marketing Management. Edisi 14. New Jersey:Prentice Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

- kuran, Pangsa, dan T. P. T. 2025 hingga 2034, & Pasar Tekstil (Berdasarkan Bahan Baku: Kapas, Kimia, Wol, Sutra, Lainnya; Berdasarkan Produk: Serat Alami, Poliester, Nilon, Lainnya; Berdasarkan Aplikasi: Rumah Tangga, Teknis, Mode & Pakaian, Lainnya) - Analisis Industri Global, Ukuran, Tren, Perusahaan, dan P. 2025 hingga 2034. (2025). Ukuran, Pangsa, dan Tren Pasar Tekstil 2025 hingga 2034 Pasar Tekstil (Berdasarkan Bahan Baku: Kapas, Kimia, Wol, Sutra, Lainnya; Berdasarkan Produk: Serat Alami, Poliester, Nilon, Lainnya; Berdasarkan Aplikasi: Rumah Tangga, Teknis, Mode & Pakaian, Lainn. PrecedenceResearch. <https://www.precedenceresearch.com/textile-market>
- Lotulung, P. V., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 561-572.
- Lubis, N. (2021). Pengaruh Trend Fashion dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk
- Maftukhan, M., & Srihandayani, C. M. (2017). Shopping lifestyle dan store environment pengaruhnya terhadap keputusan pembelian baju Cosmic di Surabaya. *Universitas PGRI Adi Buana Majalah Ekonomi_ISSN*, (1411-9501).
- Maulidia, H. (2022). Pengaruh Ketertarikan Harga, Trend, Religiusitas Terhadap Minat Beli Pakaian Syar'i Wanita (Studi Mahasiswi Ekonomi Islam FEB Universitas Syiah Kuala) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. the MIT Press.
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal komunikasi*, 10(2), 145-160.
- Panggabean, A. (2023). Pengaruh trend fashion dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslimah dengan religiusitas sebagai variabel moderating (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).

- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Di Online Shop Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 69-77.
- Pradiatiningtyas, D. Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace.
- Prayogo, F. D. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Sales Promotion dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 42-52.
- Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Seno, A. H. D. (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.
- Rehansyah, F., & Simatupang, LN (2023). Pengaruh desain produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7 (2), 20-32.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. CV Alfabeta
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu). *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 6424-6434.
- Sari, D. N., Fauzi, A., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 83.
- Sari, NPMG, Imbayani, IGA, & Prayoga, IMS (2024). Pengaruh Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Denpasar. *Nilai*, 5 (3), 586-594.
- Setiawan, G. A. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, dan Fashion Involvement terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk UNIQLO. *Journal of Indonesian Economic Research*, 2(2), 45-55.
- Simamora, B. (2015). Riset Pemasaran: Falsafah Teori dan Aplikasi. Jakarta:
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi. In Penerbit Alfabeta (Vol. 01). Alfabeta.

- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND. Bandung:
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : CV Alfabeta.
- Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Krisnaresanti, A. (2023). Analysis The Effect of Social Media Advertising on Students' Purchasing Decisions (Study on UNU Purwokerto). *Soedirman Economics Education Journal*, 5(2), 139-149.
- Sulistiorini, T. (2025). Pengaruh Word of Mouth, Trend Fashion, dan Kelangkaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Impor Bekas (Thrift)(Studi Kasus Konsumen Toko Padahal Sekon Store Pekalongan) (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Sulistyo, A. N. B. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 327-336.
- Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh country of origin, brand image dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike pada siswa/i SMKN 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 1318-1331.
- Tarigan, R. A. (2025). Pengaruh Trend Fashion, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Paris Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu (Doctoral dissertation, Universitas
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Uniform Market. (2025). Statistik Industri Pakaian Global: Ukuran Pasar dan Tren (2025). Uniform Market.
- Wijaya, P. A., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2025). Pengaruh Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vondutch Ubud. *Values*, 6(1), 127-137.
- Wulandari, P. A., & Ernawati, S. (2024). Pengaruh Sosial Media Dan Atmosphere Store Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nabila Fashion. *Journal Scientific of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955/ p-ISSN 2809-0543*, 5(1), 38-47.
- Yolanda, H. (2020). *Pengaruh Trend Fashion Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus*

Pada Khayla Boutique Di Kota Duri) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Zakiah, K. (2023). *Pengaruh Life Style, Influencer Marketing, dan Product Design terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Pada Konsumen Produk Eiger di Eiger Adventure Store)* (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).

Zayyidah, N., & Ajizah, N. (2025). Pengaruh Lifestyle, Keunikan Produk, Dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Ecoprint (Studi Kasus Pada Konsumen Griya Madukara Malang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis* , 23 (1), 25-37.

