

## Daftar Pustaka

- Andriani, A. D., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 194-207.
- Anggara, D. D. (2019). Pengaruh Kecintaan Merek Lokal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Ijo Waris Di Warung Kopi Waris Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Ayuningsih, P. T., & Kuswati, R. (2023). Peran Brand Love dalam Memoderasi Pengaruh Brand Satisfaction dan Brand Trust pada WOM. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 9-17.
- Diany, A. A. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Media Sosial Instagram Terhadap Pembelian Produk Secara Online Pada Wanita Bekerja Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3).
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Rahmawati, D. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian melalui Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Online Customer Review pada Produk Fashion di Shopee (Studi pada Konsumen Marketplace Shopee). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 135-142.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 1-14.
- Febrika, S. W. N., & Setiawan, H. (2023, September). Pengaruh Brand Love, Brand Commitment, Brand Trust, Brand Loyalty & Lifestyle Terhadap Willingness To Pay Premium Pada Pengguna Produk Iphone Di Kabupaten Ponorogo. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 5)*.
- Haiditiya, D., & Susanti, D. N. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Positive Emotion, dan Money Available terhadap Impulse Buying Behavior di Rita Pasaraya Kebumen. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(3), 244-263.
- Hairunnisa, N., & Hartati, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsment Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 553-561.

- Harianto, G. P., & Santoso, T. (2021). Analisis Pengaruh Endorser dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Richiamore. *Agora*, 9(1).
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020, November). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 1351-1363).
- Hidayah, N., Mufti, D., Rokhimah, R., & Inayah, N. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Pada Konsumen Toko Zeus di Kota Sorong). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5963-5972.
- Islam, A. D. D. (2020). Pengaruh Brand Love Terhadap Word of Mouth Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(2), 140-152.
- Izmy, F. F., Mardani, R. M., & Nurhidayah, N. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(13).
- Juli, E. K. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1-13.
- Lohonusa, A. I., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 511-520.
- Maftukhan, M., & Sri. C.M. (2017). Shopping Lifestyle Dan Store Environment Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Baju Cosmic Di Surabaya. *Majalah Ekonomi*. 22 (2).
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 019-034.
- Mahuda, F. D. (2018). Pengaruh brand personality dan brand trust terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism). *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 98.

- Mansyur, M., Asiyah, S., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Love, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Di Malang (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Jurusan Manajemen Angkatan 2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(01).
- Nugraha. (2021). Teori Perilaku konsumen. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management
- Pasaribu, V. T., Yamani, A. Z., & Romadlon, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Shopping Lifestyle, dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Eiger). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 1133-1138.
- Permana, F. Y., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 307-318.
- Pratisti, C., & Paramitasari, N. (2023). The Effect Of Brand Trust And Brand Loyalty On Adidas Purchase Decision In Bandar Lampung. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 11(1), 86-94.
- Priyatna, E. H., Lutfia, L. N., & Masturo, M. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impluse Buying. *Digital Business Journal*, 1(2), 98-112.
- Rahayu, D. (2020). The Effect Of E-Wom And Brand Love On The Purchasing Decisions In Online Shopping. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 8(2), 57-64.
- Razak, M. (2016). Perilaku konsumen. Makasar: Alauddin University Press
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133-145.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 841-850.
- Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *JUBIS*. 3(1).

- Utami, F., & Liska, M. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop Pada Generasi Z Dan Milenial Di Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6215-6223.
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh Lifestyle, Percieved Ease Of Use Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakaian Online. *Psyche 165 Journal*, 165-173.
- Yohanna, Y., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh Brand Love, Brand Satisfaction, Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Gucci. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 569-579.