

Daftar Pustaka

- Afiany, F. D., & Fajari, I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa Thrift Shop. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi*, 4(1), 18–24.
- Agustiani, N. R., & Yusa, V. De. (2023). Pengaruh Halal Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mixue. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 1–18.
- Alvisca, N. B., & Pradananta, G. (2023). Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Sponsor-Program Congruence, Dan Product Placement Merek Kahi Pada Drama Korea Café Minamjang Terhadap Purchase Intention. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(2), 164-189.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Pradina Pustaka.
- Aprianti, V., & Lukman, L. (2023). Mengukur Determinan Minat Beli Konsumen Produk Fashion Lokal Pada Marketplace Indonesia. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 7(1), 1-7.
- Basyir, A. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli (Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath Kkg Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga(Jptn)*, 7(3), 564–570.
- Caniago, A. (2022). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
- Chairunnisa, S., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 825-833.
- De Yusa, V., Aswin, A., & Pratisti, C. (2023, August). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Pembelian Kosmetik Madame Gie. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 72-81).
- Dewa, D. B. R., Warnaningtyas, H., & Istiqaroh, C. R. (2023). Pengaruh Konten Review, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Fashion Produk Lokal. *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 303-312.
- Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(2), 1–14.

- Fachruddin, M. R. I., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 78–88.
- Fadjar, C., Juanna, A., & Ismai, Y. L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 339–349.
- Fitryani, & Nanda, A. S. (2022). Implikasi Elektronik Word Of Mouth Dalam Membangun Trend Pembelian Thrift Pada Ecommerce. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (Semnastekmu)*, 2(1), 171–178.
- Gultom, T. M. A., Manurung, H., & Simanjuntak, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Pakaian Online Shopee. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 595-608.
- Guslan, D., & Yani, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Zalora. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(1), 24-36.
- Herdiansyah, H., & Yuliniar, Y. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, E-Wom, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Sneaker New Balance. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 74-82.
- Ismail, H. A., Trimiati, E., & Prihati, Y. (2020). Membangun model konseptual faktor sinergitas perilaku konsumen dalam konteks pembelian impulsive secara online. *Al Tijarah*, 6(3), 10-20.
- Marwani, M., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3), 605-619.
- Muslikh, R. M., & Budiarti, E. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mount Terhadap Minat Beli Sepatu Vans (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus Surabaya). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(5), 91-100.
- Pratama, R. A., Hasanah, R. I., & Wibasuri, A. (2023). The Influence of Virtual Try-On on Cosmetic Purchasing Decisions in the Shopee Application with Intervening Variable Purchase Interest. *Proceeding International Conference on Information Technology and Business (P-ICITB)*, 77–80.
- Rafiq, M. (2020). Customer Value Toward Purchase Intention on Luxury Brand. *Business and Entrepreneurial Review*. 20 (1). 33-44
- Rahadi, D, R,. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem). Jawa Barat: Cv. Lentera Ilmu Madani
- Rahmawati, D., & Susanti, A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Lifestyle, E Wom Terhadap Minat Beli Produk Fashion Muslimah (Studi Kasus

- Pada Mahasiswi Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 373-383.
- Rina, R. R., Heikal, M., Mariyudi, M. M., & Shubhan, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47-56.
- Romadhona, T., & Perdhana, M. S. (2022). Memahami Perilaku Konsumen Muslim Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 955-967.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-330.
- Sagfra, S. E., & Hasanati, N. (2023). Electronic Word Of Mouth Dan Minat Beli Pada Follower Produk Hijab Naihijab. *Id. Cognicia*, 11(1), 24-32.
- Septiawan, R. D., & De Yusa, V. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Youtube 3Second Tv Terhadap Minat Beli Produk 3Second. *Manajemen*, 3(1), 25–33. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v3i1.214>
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79-94.
- Sirait, E. A., & Candiwan, C. (2020). Evaluasi Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Pada Pengguna Instagram. *Eproceedings Of Management*, 7(3).
- Solling Hamid, R., & M Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian*. Jakarta Pusat: Pt Inkubator Penulis Indonesia.
- Subandrio, S., & Setiawan, N. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepatu Futsal Specs. *Jurnal Economic Edu*, 3(1), 28-34.
- Supartono, S. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 210-218.
- Susanto, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Minat Belanja Online. *Jem Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 48-58.