

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. (2017). *Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Andrianto, N. F., & Sutrasnawati, E. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Pada Proses Keputusan Pembelian. *Analisis Manajemen, Volume 5(2)*, 104-109.
- Ambarini, N. O., Qomariah, N., & Anwar. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Rudy Cell Komplek Mutiara Jember. *Penelitian Ipteks*, 51-65.
- Akhrani, R. L., & Hasanah, N. (2015). Perbedaan Political Awareness Dilihat Dari Peran Gender Pemilih Pemula. *Mediapsi, Volume 1(1)*, 59-66.
- Arifai, A. A., & Trihandayani, Z. (2017). Harga, Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Kw Cartier Di Kalangan Mahasiswi Sebagai Penunjang Penampilan. *Ilmu Ekonomi Global Masa Kini, volume 8(3)*, 16-22.
- Aisyah, N. I., & Sunaryo, S. M. (2014). faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat pembelian produk handbag merek tiruan. *Aplikasi Manajemen, 12*
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Sikap Menghindari Resiko Sharing Dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa Fise Uny. *Nominal, Volume II(II)*, 181-209.
- Enggel, F. R. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: The Dryden Press.
- Ike, V., & Zainul, A. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian konsumen. *Administrasi Bisnis, 51 (1)*, 44-48. (562-570).
- K, A. D., N, H. S., & Dewi, R. S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keutusan Pembelian Produk Imitasi. 1-10.
- Kotler, d. A. (2016). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Erlangga: Edisi Kesembilan.
- Kotler, philip,. (2010). *Manajemen Pemasaran*. edisi tiga belas Bahasa Indonesia .Jilid 1 dan 2 Jakarta: Erlangga.

- Lusi, S., H, B. L., & Haryono, T. A. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap, Kesadaran Merek Dan Kualitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Hand & Body Lotion Vaseline. *Management*, 2 (2).
- Manjasari, F. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. *Psikosains*, Volume 12(1), 9-20.
- Marisa, R. (2017). Kegilaan Fashionista. *Anthropological*, Volume 1(12), 64-85.
- Mutmaina, S., Rahayu, B., & Andarini, M. (2019). Pengaruh Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tas Merk Rumah Warna Di Bandar Lor Kota Kediri. *Volume 2(1)*, 1-19.
- Nur, F., & Budi, W. (2013). Hubungan Antara Konfrontasi Dengan Prilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Psikolog Undip*, 12 (1), 55-68.
- Peter, J. J. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyaningsih, E., & Astini, R. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir Di Jakarta. *Manajemen dan Bisnis*, Volume 2(1), 626-640
- Raihan. (2016). Pengambilan Keputusan Dalam Kepemimpinan Manajemen. *Albayan*, Volume 22 (34).65-78
- Sari, N. (2018). Analisis Brand Image The Coffee Cafe Bandar Lampung. *Gema*, Volume x(1), 1-7.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontril Diri Terhadap Prilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Samarinda. *Psikoborneo*, Volume 7(2), 165-179.
- Suri, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualits Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kotta Lagsa. *Manajemen dan Keuangan*, 6 (1), 660-669.
- Septiawan, Y. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Imitasi. 9-22.
- Suwartini, E., & Rokhmah, B. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Imitasi Diwilayah Jatiyoso. *Riset Manajemen dan Akuntansi*, Volume 9(1), 14-26.
- Wijaya, R. A. (2015). Gaya Hidup Brand Minded Dan Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan Bermerek Eksklusif Pada Remaja Putri. *Psikolog Indonesia*, Volume 4(02), 111-126.

Suprihati, & Utami, B. W. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Dikelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Paradigma*, 13 (1), 104-116.

Ruhamak, D. M. (2016). Analisis FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM MERK Aqua. *Ekonomi*, 1 (1), 38-49.

[https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/pengertian-validitas-dan-reliabilitas-menurut-para-ahli-jenis-prinsip-caramenghitung.html#\\_Sudjana\\_200412](https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/pengertian-validitas-dan-reliabilitas-menurut-para-ahli-jenis-prinsip-caramenghitung.html#_Sudjana_200412)

<https://wolipop.detik.com>

<https://kwtas.com/sale/fossil/>