

DAFTAR PUSTAKA

- Asmi, M. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Trust, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 86-93.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2023). EFEK MEDIASI MINAT BELI PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKE-UP. *Solusi*, 21(2), 605-622.
- Barnard, Malcolm. 2009. Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender. Yogyakarta: Jalasutra
- Basuki. (2010). Pengertian Sepatu Kulit diperoleh melalui situs internet: <https://amanahsues.wordpress.com/2015/01/14/pengertian-sepatukulit> (Diakses: 14 Maret 2024)
- Devica, S. (2020). Persepsi konsumen terhadap flash sale belanja online dan pengaruhnya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47-56.
- Diven, D., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Konsumen Terhadap keputusan Pembelian di Shopee. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1509-1516.
- Fadjar, C., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 339-349.
- Ferdinand, Augusty, 2017, Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ginting, N. M. (2022). Pengaruh Gaya hidup dan Persepsi konsumen Terhadap Keputusan pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *VALUE*, 3(1), 114-125.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). Perilaku Konsumen. *Yogyakarta: Bpfe*.
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Studi kasus pada pengguna sepeda motor di kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2), 1-2.
- Irsyad, B. M., & Sukma, R. P. (2023). Intermediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Dan Citra Merek. *EDUTURISMA*, 7(2).

- Istiqomah, L., & Usman, U. (2021). Pengaruh online customer review, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi terhadap mahasiswa pengguna platform pasar online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 76-88.
- Ivan, I. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Tan Authentic. *Agora*, 7(2).
- Juairiah, J., Busono, G. A., & Fadeli, D. (2019). Sikap dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan pembelian Online di Sungai Lilinmusi Banyuasin. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 164-174.
- Karwati, Putu Latief. 2020. "Sepatu Pria Keren, Ini Dia Jenis-Jenisnya Di Tahun 2020." [Www.Harapanrakyat.Com.2020](https://www.harapanrakyat.com/2020/02/sepaturpria-keren-tahun-2020/)
<https://www.harapanrakyat.com/2020/02/sepaturpria-keren-tahun-2020/>
- Kotler, P. (2018). *Kellogg on branding: The marketing faculty of The Kellogg School of Management*. A. M. Tybout, & T. Calkins (Eds.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Prinsip-prinsip pemasaran.
- Kusuma, E. I., Surya, D., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh strategi green marketing dan pengetahuan lingkungan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*, jilid 2, Mitra Wacana Media. Bogor
- Maney, K., & Mathews, S. (2021). A Study of the Impact of Lifestyle on Consumer Purchase Decision of Young Indians. *AIMS International Journal of Management*, 15(2), 89.
- Naufal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Holland Bakery Cabang Buah Batu, Jawa Barat.
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *eCo-Buss*, 6(1), 66-78.
- Pauzi, M. R., Hadita, H., & Dovina, D. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI VOUCHER GAME

VALORANT (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2453-2481.

- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se'i sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417-1427.
- Rachman, R., Rauf, A., & Savina, A. D. (2022). PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Pada Konsumen Minimarket Parabot Mart Sumbawa Besar). *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 2(2), 284-292.
- Rahajeng, A. P., Massie, J. D., & Tumewu, F. J. (2018). THE INFLUENCE OF LIFESTYLE ON PURCHASING DECISION OF "GUESS" BRANDED GOODS IN MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Rudianto, R. (2021). The Influence of Culture and Lifestyle on Purchasing Decisions of Women's Clothing at Matahari Department Store, Palopo City. *International Journal of Management Progress*, 2(2), 14-25.
- Rohman, M., & Pramesti, D. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19. *Borobudur Management Review*, 2(2), 190-205.
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh word of mouth, minat konsumen dan brand image terhadap keputusan konsumen (studi pada pelajar lembaga kursus di area Kampung Inggris Pare Kediri). *EKONIKA: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 118-135.
- Santoso, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Generasi Z di Surabaya. *Agora*, 7(2).
- Sari, W. E. P. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 267-286.

- Setiawan, R. (2020). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian pada pelanggan aprilia bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59-65.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition*. England: Pearson Education Limited
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Simbolon, N. S. D. K., Nizar, R., & Zargustin, D. (2018). Hubungan Persepsi Konsumen Dengan Perilaku Mengonsumsi Buah Lokal di Pasar Tradisional Arengka Kecamatan Tampan kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*, 20(1), 75-85.
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode february–april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21-34.
- Walford, J. (2007). *The seductive shoe: four centuries of fashion footwear*, New York : Stewart, Tabori & Chang
- Wulansari, A. D., & Setiawan, M. B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Pengguna Iphone Di Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 338-348.

<https://www.adidas-group.com>, Diakses 23 April 2024

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>, Diakses 23 April 2024

<https://www.statista.com/>, Diakses 23 April 2024