

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Agustina, R. (2020). *Perilaku konsumen dan nilai yang dirasakan dalam pemasaran modern*. Jakarta: Penerbit Mandiri.
- Amelia, R. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Penerbit Mandiri.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Az-Zahra Rusin, R. &. (2019). *Persepsi nilai dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan*. . Bandung: Penerbit Mandiri.
- Endi, A. R. (2022). *Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen di era digital*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Fitri, N. &. (2021). *Perilaku konsumen dan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian*. Jakarta: Penerbit Mandiri.
- Indrasari, N. (2019). *Pemasaran strategis: Teori dan aplikasi dalam bisnis modern (cet. ke-1)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. &. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Kusumastuti, A. d. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif: Teori dan aplikasi*. . Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Pratama, I. P. (2022). *Analisis pengaruh perceived value terhadap minat beli konsumen*. Jakarta: Penerbit Karya Pustaka.
- Priyastama, R. (2020). *Metode penelitian dan analisis data*. Jakarta: Penerbit Mandiri.
- Rakha, A. (2020). *Perilaku konsumen dan gaya hidup masa kini*. . Jakarta: Penerbit Nusantara.
- Subagio, S. (2020). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Penerbit Mandiri.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (ed. 26)*. Bandung: Alfabeta.

**JURNAL:**

- Astuti, N., & Amanda R. (2020). Pemasaran sebagai ilmu sosial dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Bisnis*, 5(1), 45-46.
- Aurieal, J. d. (2022). Pengaruh atribut produk terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), 45-56.
- Fitriana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Kartu ATM pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah dan Pajak*, 33.
- Haryanto, B. S. (2020). Proses pemasaran dalam organisasi modern. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 8(2), 150-162.
- Hidayah, M. A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone iPhone. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), , 1993-2003.
- Hidayat, T. (2022). Pengaruh Persepsi Nilai, Harga dan Promosi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Pasca Pandemi di Suzuya Mall Tanjung Morawa. *Jurnal Cakrawala*, 1(2),, 1-9.
- Hilman Cahya Megantara, e. a. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. . *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Vol. 10, No. 1, Maret 2020.
- Iwah, A. d. (2023). Analisis regresi sederhana dalam penelitian sosial. *Jurnal Statistik dan Metodologi*, 15(4), , 756-780.
- Juwahir, M. &. (2024). Pengaruh iklan media sosial, atribut produk, *brand image* dan persepsi harga terhadap minat beli smartphone OPPO di Kabupaten Rembang. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 77-84.
- Kasornbua, O. &. (2019). *Consumer buying behavior and repurchase intention: A study of product loyalty*. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3),, 45-56.
- Mahmudah, P. N. (2023). Pengaruh *product attribute*, *lifestyle* dan *perceived value* terhadap *purchase intention* produk tisu Paseo (Studi kasus pada konsumen tisu di Kota Malang). *Universitas Brawijaya Repository*.
- Mardikaningsih, R. S. (2022). Pengaruh atribut produk dan faktor lainnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 45-56.
- Maulidyah, N. L. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Konsumen, dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Thrift Shop di Sidoarjo. .

*Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(2),, 306-320.

Moa, P. A. (2024). Pengaruh atribut produk dan kepercayaan merek terhadap minat beli produk HP Vivo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Nipa Maumere. . *Jurnal Cuan*, 2(1),, 460-472.

Munirotul Aina, U. S. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone iPhone: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2),, 3993-4003.

Paputungan, V. (2021). Pengaruh kualitas produk, desain produk, dan fitur produk terhadap niat beli. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9(25), 697-707.

Sariyanti, D. N. (2022). Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1),, 23-34.

Sitepu, J. H. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No 1*, 203.

Suhatman. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 25.

Taviprawati, E. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Makanan Organik Pada Kaum Millenial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25-26.

Tjiptono, F. (-4. (2019). *Manajemen pemasaran (ed. ke-4)*. Yogyakarta: Andi.

Wangko, S. A. (2024). Pengaruh gaya hidup dan *brand awareness* terhadap minat beli produk sandal Fipper di Amurang. *Jurnal EMBA*, 12(4),, 906-916.

**WEB:**

[https://www.fastretailing.com/eng/ir/library/pdf/ar2023\\_en\\_sp.pdf](https://www.fastretailing.com/eng/ir/library/pdf/ar2023_en_sp.pdf) (Diakses pada tanggal 20 Maret 2025 Pukul 20.20 WIB).

[www.Uniqlo.com/id/id/](http://www.Uniqlo.com/id/id/) (Diakses pada tanggal 22 April 2025 Pukul 14.30 WIB).

[www.zara.com](http://www.zara.com) (Diakses pada tanggal 22 April 2025 Pukul 14.38 WIB).

[id.hm.com](http://id.hm.com) (Diakses pada tanggal 22 April 2025 Pukul 14.54 WIB).

[databoks.katadata.co.id/](http://databoks.katadata.co.id/) (Diakses pada tanggal 02 Mei 2025 Pukul 19.20 WIB).