

DAFTAR PUSTAKA

- Aarthi. (2023). *A Study on Fashion Trend's Life Cycle*. Linkedin. [https://www-linkedin-com.translate.goog/pulse/study-fashion-trends-life-cycle-aarthi-m?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc](https://www.linkedin-com.translate.goog/pulse/study-fashion-trends-life-cycle-aarthi-m?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)
- Agustina, R., & Hinggo, H. T. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* , *E-Wom* , dan *Brand Trust*. 2(1) , 433-443
- Akter, J. (2021). *Stages of Fashion Cycle Concepts of Fashion Acceptance*. Textile Learner. https://textilelearner-net.translate.goog/stages-of-fashion-cycle/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99-118.
- Anang Firmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Annaufal, M. A., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Tren Produk, Store Atmosphere, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 19(3), 116-125.
- Anggraeny, F. A., Srihandayani, C. M., & Noerchoidah. (2022). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis-Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus Pada UD Bangunan Kita Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*, 3(3), 192–205.
- Ariani, D.W., 2003, *Manajemen Kualitas: Pendekatan Sisi Kualitatif*. PT Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Adi, Arief, S. (2017). Pengaruh Harga, promosi, dan kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan start-up Bisnis*.2(1), 46-53.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Ariyanto, F. (2020). Pengaruh trend fashion dan pengetahuan budaya terhadap keputusan pembelian batik di Kampung Batik Semarang. Diakses dari https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13288/1/Skripsi_1505026164_Fajar_Ariyanto.pdf.
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend *Fashion*

Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>

Astuti, R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse, *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219. <https://doi.org/10.53695/Ja.V2i2.154>

Azhari, R. D. & Fachry, M. F., 2020. Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang.

Boyd, S. (2019). Potret Konsumen Uniqlo Di Jawa Timur: Persepsi Tentang Negara Asal, Citra Merek, Dan Keputusan Pembelian. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id

Cesarina, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konusmen pada Market Place: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 (1), 1-14

Damayanti, R.P., & Susanti, A. (2021). Antecedents Keputusan Pembelian. *Tanaman Hias*. 10.(2) <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.439>

Djaali, H. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif (1st ed.). Sinar Grafika Offset.

Eddy Soegiarto K dan Mardiana, M. (2016). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Totok. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(3), 298–312.

Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.

Fishendra, M. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Tamu Kliri Coffee and Space Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 66-73.

Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 20. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 66-157.

Gunawan, B. G., & Widoamodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas

Layanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 172-177.

Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Udi Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>

Hadeli, B. E. (2022). Assessment of the Impact of Green Marketing on Consumers' Green Purchase Intention in Fast Fashion Industry: Case of Uniqlo *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara*, 1–8. <https://meet.unisnu.ac.id/senaabdimas/1stSenaDimas/paper/view/6>

Haryanti, Intisari. dkk. (2020). *Hedonic Motives and Fashion Trends in Decisions to purchase Veil Clothes*. *Atlantis Perss*, vol.465

Hardani, N. H. (2020). *Metode Penelitian*. Mataram: CV. Pustaka Ilmu.

Hines, T., & Bruce, M. (2007). *Fashion Marketing Contemporary Issues*. Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, UK. Published by Elsevier Ltd.

Hurdawaty, R., & Madaniyah, U. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada domino's pizza lippo karawaci utara. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 66-79.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Irawan, P. R., Abdillah, & Taryanto. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61–68. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>

Jayanti, S. T. (2020). Pengaruh Trend, Motif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Toko Pras Hijab Lamongan (*The Influence Of The Trend, Motive, and The Quality Of The Product On The Hijab Buying Decisions At The Lamongan Hijab Prass Shop*). *JEKMA*, 1(3).

Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset KomunikaIs Kuantitatif Dan Kualitatif* (8th ed.). PRENADAMEDIA GROUP.

Kumar, R., & Majumdarr, S. (2022). The Uniqlo Case: Fast Retailing Recipe for Attaining Market Leadership Position in Casual Clothing. *Rutgers Business Review*, 7(1), 61–76.

Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>

Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed). (B.Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran (Vol. 1, No. 2). Jilid.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.

Kotler Philip. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta.

Lubis, N. (2021). Pengaruh trend fashion dan promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan angkatan 2017 (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).

Maryati, & Khoiri, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 512–521.

Mishaal, & Sitinjak, T. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Komputer Merek Rexus. Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie

Mollard, M. (2022). *Understanding fashion trend life cycles: The 5 stages*. Heuritech. https://www-heuritech-com.translate.goog/articles/five-stages-of-fashion-trend-life-cycle/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc

Muhammad, D. V. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen terhadap Merek *Fast Fashion* di Indonesia. *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*.

Murti, T. K. (2019). Pengaruh brand image, promosi dan biaya pendidikan

terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi pendidikan ekonomi. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 7(2), 102-107.

Nasir, A. (2021). Studi kelayakan bisnis (Kodri. CV. Adanu Abimata).

Nonik. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Fast Fashion Brand H&M Gallaxy Mall Bekasi. *JUKIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(06), 133–145. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i06.533>

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., & Saloom, G. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*.

Nugroho, M. I., Damara, R. D., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 35-44.

Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 17-29.

Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26–41. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204>

Nuryawan, R. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Social Media Marketing instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo. *Skripsi*.

Oktaviani, Y. C., & Koroh, N. J. J. (2014). Pengaruh Brand Image Uniqlo Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 1–13. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3121/10/Resume.pdf>

Pera, Peti .(2021). Dampak Trend Fashion Terhadap Konsep Diri Remaja Desa Penandingan Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat.

Rohmanuddin, & Suprayogo, H. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Keboya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78–89.

Ririn, R. (2020). Buku Monograf Pengendalian Kualitas. Bintang Pustaka Madani.

Sakul, O. I., Tampi, J., & Tumbel, T. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Simcard Telkomsel Pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Sari, D. N., Fauzi, A., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 83.

Sari, D. N. (2021). Pengaruh Trend *Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 60).

Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend *fashion*, dan customer experience terhadap impulse buying produk *fashion* konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 683–690. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9856>

Sari, I. G. A. E. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Visa Agent Bali, Cangu. *Jurnal Emas*, 2(1), 154–165.

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2020:258). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022:15). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suhendri, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 48-56.

Sofiyatuzzahro, S., Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya. *UBHARA Management Journal*, 1(2), 242-254.

Solomon, M. R. (2010). *Consumer behaviour: A European perspective*. Pearson education.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik, Edisi 2, Yogyakarta, CV. Andi offset.

Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2018). Pengaruh Shoping Lifestyle,

Fashion Involment dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Wanita Di MTC MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).

Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33-40.

Yakin, M. F. A. (2016). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda. *Ekonomia*, 5(3), 298–312.

Yuansyah, D., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Merek Uniqlo (Studi Kasus pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3265–3269. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.3682>

Yuningsih, E. L., Siboro, P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.

Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriaumur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333.