

DAFTAR PUSTAKA

- Dataindonesia.id. (2022, July 8). *Gen Z dan Milenial Banyak Beli Pakaian saat Belanja Online*. <https://doi.org/https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/gen-z-dan-milenial-banyak-beli-pakaian-saat-belanja-online>
- Dataindonesia.id. (2023, September 27). *Gen Z Lebih Sering Akses Media Sosial Dibanding Generasi Lain*. <https://doi.org/https://dataindonesia.id/internet/detail/gen-z-lebih-sering-akses-media-sosial-dibanding-generasi-lain>
- Farhanah, A., & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3.
- Furyanah, A., Adi, P. H., & Maharani, H. (2021). Social Media Is A Moderating Variables of purchasing Decisions: A Case Study on SMEs Robusta Coffee. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 169–180.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Calantone, R. J. (2014). *Common Beliefs and Reality about Partial Least Squares: Comments on Rönkkö & Evermann*. *Organizational Research Methods*. <https://doi.org/https://www.smartpls.com/documentation/algorithms-and-techniques/model-fit>
- Hu, L. -t. , & Bentler, P. M. (1998). *Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification*. *Psychological Methods*. <https://doi.org/https://www.smartpls.com/documentation/algorithms-and-techniques/model-fit>
- Hulu, E., Mendrofa, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunusitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6.
- Irhoh, & Wibowo. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas produk Dengan Media Sosial Sebagai Variabel

- Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/jsbr.v4i4.8565>
- Karina, M., & Sari, N. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Tiktok Shop. *Jurnal Madani*, 6.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management : Buliding, Measuring and Managing Brand Equity Brand Image* (5th ed.). Pearson Education.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian. (2018). *Pemerintah Luncurkan Making Indonesia 4.0*. <https://doi.org/https://ekon.go.id/publikasi/detail/1443/pemerintah-luncurkan-making-indonesia-40>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (12th ed.). Erlangga Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuswoyo, C., Lu, C., Abednego, F., & Hasanah, R. N. (2024). Social Media Marketing Memoderasi Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 10(1), 29–41. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v10i1.4783>
- Laily, & Ekowati. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Dengan rating Penjualan Toko Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.690>
- Lukiyana, L., & Simadewa, I. B. (2023). Moderasi Digital Marketing Atas Pengaruh Product Quality Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 223–236. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n2.p223-236>
- Mahyarni. (2013). Theory Of Reasoned Action dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Miati, I. (2020). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1.

- Miguna, A., & Nurhafifah, M. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4.
- Prasetyo, & Sugiharto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Online Shop. *Jurnal Keuangan, Ekonomi, Dan Bisnis Syariah*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5539>
- Rachmawati, Z. (2019). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Iklan Sebagai Variabel Moderasi Pada Toko Pakaian Pusat Grosir Anda Mojokerto*. <https://doi.org/http://repository.unim.ac.id/490/>
- Radio Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan Brand Lokal di Indonesia*. <https://doi.org/https://www.rri.co.id/lain-lain/1014347/perkembangan-fashion-brand-lokal-di-indonesia>
- Riana Fatmaningrum, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v4i1.270>
- Statista. (2023). *Fasion-Worldwide*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/common>
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.
- Wowor, C., Lumanauw, B., & Ogi, I. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35233>