

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Sofyan, A. (2023). *Khidmatussifa : Journal of Islamic Studies Khidmatussifa : Journal of Islamic Studies*. 1, 11–16. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v1i2.70>
- Afiany, F. D., & Fajari, I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian *Second* Di Sa *Thrift Shop*. *Ekonam: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.37577/ekonam.v4i1.479>
- Ahmad, J., No, Y., Ps, B., & Bukittinggi, A. (2023). Pengaruh *Online Travel Agent* dan Gaya Hidup Terhadap Minat Konsumen Membeli Tiket Secara *Online* di Kota Payakumbuh. 9(2).
- Alinda Mahdiyan. (2019). Pengaruh *Lifestyle* Dan *in Store Promotion* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Konsumen Matahari *Departement Store* Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–11.
- Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2258–2273. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.747>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 24–33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *Performa*, 7(4), 418–431. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2990>
- Azzahra, U., & Triyono, A. (2024). Stratgei Komunikasi Pemasaran Terpadu Duta Wisata Sebagai *Influencer* Pariwisata Kota Pekalongan VII(I), 140–150.
- Damanik, E. O. P., Kemala, Z., & Sipayung, T. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk pada *Live Streaming* Aplikasi Tiktok terhadap Minat Beli. 5(2), 90–104.
- Dayyana, Z. A., & Sarah, S. (2023). Pengaruh *Lifestyle*, *Brand Awareness*, Dan *Design* Terhadap Minat Beli Pada Busana Muslim Shafa Marwa Di Kota Bandung. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1–23.
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *The Hungry Burger* Ermini 1, Suryati 2, Muhammad Najib 3, Dina Sri Nindiati 4. 36–51.
- Fachruddin, M. R. irza, & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kesadaran halal terhadap Minat Beli produk fashion pada era *new normal* di Surabaya. 3(November), 1–10.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk,

- Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Halim, N. R., Iskandar, D. A., Bisnis, F., & Teknologi, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. 4(3), 415–424.
- Harahap, A., & Afandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli *Skincare* Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). 6, 336–347.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh *Life Style, Self Control* Dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Irmawani, D., Aisah, M. N., Purba, S., Nasution, A. M., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2023). Peran Manajemen Pemasaran Global dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
- Julindri, M., Rahman, S., RezfajriS, M., & Setyawan, O. (2023). *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan The Effect Of Digital Marketing Lifestyle and Brand Trust On Buying Interest To Apple Products In Pekan Baru City* 3(1), 2828–2975. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Kautsar, H. F., Thantawi, T. R., & Fadilah, H. (2023). Perspektif Ekonomi dan Bisnis Islam pada Bisnis Kuliner Cafe Kopi Tubing. *III*(Oktober).
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa pengaruh *brand ambassador*, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk kosmetik emina. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 1–12.
- Mauid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepatu aerostreet. 17(2), 107–122.
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Skincare Somethinc* (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.
- Nursal, M. fadhli. (2023). Peran *Social Media Marketing, Brand Image* dan Kaulitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Madame Gie di Kab. Bekasi. 2, 2686–2703.
- Prabowo, I. J. K. G., & Nurhadi. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli (Studio Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Iphone) *Effect Of Brand Image Quality Product, Price Perception And Woed Of Mouth Of Interest Buy (Studies in . Indra Jaya*, 246–256.
- Pramesti, C. W., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *E-Wom* Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 714–724.
- Pramesti, E. A., & Wardhana, A. (2022). *SEIKO: Journal of Management & Business* Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Pepsodent

- di Kota Bandung. 4(3), 615–627. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.556>
- Puji, M., Della Saputri, Aprianti, Devi Arisandi, Putri Wahyu Ikasanti, & Tri Wahyuni. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 91–102. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.370>
- Purbaya, A. H., & Putra, M. (2019). Jurnal Mitra Manajemen (*JMM Online*). 3(11), 1038–1054.
- Putra, H. P., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Universitas Bina Darma. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.946>
- Putri, J. A., & Syahputra. (2023). The Influence Of Celebrity Endorser, Advertising, And Brand Image On Purchase Intention Of Beauty Products In Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3399–3409. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rahayu, D. P., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Kepercayaan Merek , Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. 2(1), 1129–1136.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-WOM* dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Azzarine. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1358>
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Gopay di wilayah DKI Jakarta. Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 3(2), 134–139. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2218>
- Restu Putra, H., Pebrianto, Y., & Sudrartono, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Pembuatan Surat Keterangan Ahli Waris di Kantor Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1984–1903. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Riady, S., & Fageh, A. (2023). Konsep manajemen pemasaran dalam perspektif islam. 4(2), 3796–3804.
- Rosario, K. T. M., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. (2025). Produk Masker Wajah Hanasui Di kalangan Gen Z Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi *Jurnal EMBA*. 13(1), 346–356.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran *Ingredients*, *Influencer Review* dan *Live Streaming Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Skincare* Varian Mugwort. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(3), 141–153. <https://dinastires.org/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Saputro, A. an. W., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk *Second Brand*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 646–651. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.515>
- Setiawan, T., & Hadita, H. (2024). Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Melalui Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online* Di Rawa Lumbu (

- Studi Pada E-Commerce Zalora) Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Faktor pendukung Brand Image (Ci. 2(2).
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian iphone (studi kasus pada siswa dan siswi sman 3 kota Sukabumi). *Cakrawala-Repository IMWI*, 3(1), 1–10.
- Sujarweni, W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis&Ekonomi* (1st ed.). Yogyakarta : Pustakabarupress.
- Supriyadi, M., & Hadijah, S. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kemasan produk terhadap minat beli produk *skincare somethinc*. 2(2), 135–149.
- Tabelessy, W. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Samartphone Samsung di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ*, 8, 96–112.
- Untari, D. T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT . Adhikarisma Pratama. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(Maret), 211–222.
- Wijaya Ardi, A. (2021). Analisis pengaruh citra merek, gaya hidup dan kualitas produk terhadap minat beli produk *macbook* di surakarta. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten *Marketing*, *E-WoM*, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik *Mother of Pearl*. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3772>
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara 05(02), 277–286.