

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Andrade, C. (2019). The P Value And Statistical Significance: Misunderstandings, Explanations, Challenges, And Alternatives. *Indian Journal Of Psychological Medicine*, 41(3), 210-215.
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29-35.
- Cantika, A., & Supriyoso, P. (2023). Tinjauan Bauran Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Second Di Loyal Tweede. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7766-7771.
- Fadila, N. N., Alifah, R., & Faristiana, A. R. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278-291.
- Faizal, D., & Rahmawati, N. I. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Furnitur Pada PT. Catur Sentosa Berhasil. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 170-178.
- Ibrahim, R., Bumulo, S., & Apajulu, S. (2024). Fenomena Thrifting Fashion Di Era Milenial (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Thrifting Fashion Di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. *Sosiologi Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 136-145.
- Karnawati, T. A., & Santoso, R. (2023). Keputusan Pembelian Sepatu Di FU Second Branded Malang Yang Dipengaruhi Oleh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 480-487.
- Oktavia, R., & Rismawati, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Atk Dan Fotokopi Di Masa Pandemi (Studi Pada

- Toko Tiga Jaya Atk Di Desa Kesamben Wetan). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(4).
- Mauliddinia, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Pengalaman Merek Dalam Proses Membangun Merek Sepatu Lokal. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 177-190.
- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107-122.
- Natasha, N., & Yudha, E. P. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Aplikasi Pt. Xyz. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2279-2293.
- Nuryanti, E, Dkk. (2022). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Untuk Meningkatkan Omset Penjualan. *Jurnal Bussines Management*, 1(2).
- Oktavianika, N. (2021). *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry* (Doctoral Dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Prakosa, I., & Handoyo, P. (2023). Gaya Hidup Konsumsi Fashion Mahasiswa Rantau Bangkinang Di Kota Surabaya. *Paradigma*, 12(1), 190-200.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1-17.
- Rahmanisa, F., & Mardhiyah, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Marketplace Shopee (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura). *Journal Of Social Research*, 1(10), 1189-1198.
- Rismadhani, N. T., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Factors That Influence The Intention To Purchase Local Fashion Products Among Brand X Consumers In Jakarta. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 93-102.

- Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh E-Gaya Hidup, Trend Fashion, Dan Customer Experience Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Konsumen. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(4), 683-690.
- Setiawan, A., Trihudyatmanto, M., & Purwanto, H. (2024). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 17-26.
- Sholikhah, S. M. A. (2020). Penggunaan Outfit Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Semester 7. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 11(1), 84-88.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta Bandung
- Sumitro, Y., Helmy, B. J., & Soekotjo, W. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium Di Kawasan Kota Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 35-48.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *JABE (Journal Of Applied Business And Economic)*, 7(4), 450-457.
- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2).
- Tambayong, J. D., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Penyet Sugi Rasa Khas Cirebon Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).
- Tara, J. D., Suryo, H., & Sihabuddin, S. (2023). Trend Fashion Mahasiswa Saat Perkuliahan Sebagai Perilaku Trendi (Studi Kasus Persepsi Mahasiswa Tentang Trend Fashion Saat Perkuliahan Sebagai Perilaku Trendi Di FISIP):(Studi Kasus Persepsi Mahasiswa Tentang Trend Fashion Saat Perkuliahan Sebagai Perilaku Trendi Di FISIP). *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1).

Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi.

Tulong, D. R. P., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Productivity*, 3(1), 36–40.