

## DAFTAR PUSTAKA

- A.P1, D. A. P. 2020. *Pengaruh Brand Image dalam memediasi Electric Word of mouth terhadap Purchase Intention pada Pengguna Traveloka*. Jurnal Bioedu, 9(1), 93–101. <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bioedu>
- Adiwidjaja, Adrian Junio dan Zeplin Jiwa Husada Tarigan. 2017. *Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu Converse*. Jurnal AGORA Vol 5 No. 3
- Adyanto, Brian Cahyo dan Suryono Budi Santosa, 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga, dan Kepercayaan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.com)*. Diponegoro Journal of Management Volume 7 Nomor 1 Tahun 2018 Halaman 1-20.
- Andrew, M. 2019. *E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest: A Study of E-Service Quality and Brand Image on Shopee E-Service Quality dan Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi E-Service Quality dan Citra Merek Shopee*. Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis, 3(1), 23–38. <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab>
- Ansyah, F. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan pada Vendor terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Sikap Konsumen Toko Online Lazada di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha, 01, 46–58.
- Apsari, V. 2020. *Peran kepercayaan sebagai mediasi pengaruh e-wom negatif terhadap niat beli pada e-commerce jd.id*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume, 8(2018), 332–341.
- Aryani, Lina. 2016. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online di online shop Lazada*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 3 No. 1 Hal 39-52
- Astri Serliani, Sahidillah Nurdin, Y. S. R. 2019. *Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Sain Manajemen, 1(1), 174–180.
- Astriyanti, Novita. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Semarang)*. Skripsi Publikasi Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Salatiga.

- Astuti, Ristina Dian, dan Effy Z Rusfian, 2013. *Pengaruh E-Service Quality terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction (Studi pada Onlineshop Gasoo Galore)*. Jurnal Publikasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fisip Universitas Indonesia.
- Atika, Kusumawati, A., & Iqbal, M. 2012. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan The Effect of Electronic Word of Mouth, Message Source Credibility, Information Quality on Brand Image and Purchase Intention*. Atika. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, 80, 94–108.
- Aulianida, D., Liestyasari, S. I., & Ch, S. R. 2019. 濟無 No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Cheng, R. J., & Fang, W. 2015. *Blog intention based on fashion involvement and trust*. International Journal of Electronic Commerce Studies, 6(1), 19–36. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1390>
- Damayanti, Cintya. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Produk “Supermi” di Kecamatan Genuk Semarang)*. Skripsi Publikasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Deviana, Ni Putu Siska dan I Gusti Ayu Ketut Giantari. 2016. *Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior*. Jurnal manajemen Unud Vol 5 No. 8 Hal 5264-5273 ISSN 2302-8912
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. 2018. *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior*. JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.994>
- Febriani, Shintia Fitri dan Nuri Purwanto. 2019. *Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara Vol 2 No. 2 hal 53-62
- Febriani, Roro Ratih dan Budi Sudaryanto. 2018. *Pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian pada toko online*. Diponegoro Journal of management. Volume 7 No. 2 Hal 1-11 ISSN 2337-3792
- Ferdinand, Augusty. 2009, Metode Penelitian Manajemen. Semarang, BP.UNDIP
- Foster, Bob. 2016. *Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company)*.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima.)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gunawan, A. V, Linawati, P. D., & Kartono, R. 2019. *Factors That Influence Purchase Decision in E-Commerce in Jakarta and Tangerang*. *Business Review*, 10(1), 1–9
- Han Ji-Soo. 2017. *Effects of Brand Image on Purchase Intention and Brand Loyalty: Focused on Mediating Role of the Brand Trust*. *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(2), 135–145.  
<https://doi.org/10.20878/cshr.2017.23.2.014>
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. 2018. *Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174–180.  
<https://doi.org/10.30871/jaba.v2i2.1117>
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2012, *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*, Edisi Pertama, BPFE – UGM, Yogyakarta.
- Keller, L. 2012. *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Khan, M. A. H.. 2020. *The Influence of Shopping Motivation on Fashion Retailers , With Mediating Role of Fashion Innovativeness and Fashion Consciousness*. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 79–93. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627755>
- Koesherawati, U., Hidayat, K., & Alfisyahr, R. 2019. *PENGARUH FASHION LIFESTYLE TERHADAP PURCHASE INTENTION (Studi pada Konsumen Fashion Streetwear Brand H & M di Jabodetabek)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(2), 68–76.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian* (5<sup>th</sup> ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit : Erlangga
- Lee, E.-J. 2011. *The Effects of Internet Fashion Consumer's Impulse Buying Tendency on Positive and Negative Purchasing Behaviors*. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 13(4), 511–522.  
<https://doi.org/10.5805/ksci.2011.13.4.511>

- Lenarto, S., Putra, A. Y. Y. W. T., & Rahmawati, V. 2018. *Pengaruh Brand Image Dan Price Image Terhadap Purchase Intention Dengan Store Image Sebagai Variabel Intervening Pada Ibox Store Di World Trade Center (Wtc) Di Surabaya*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 99–111. <http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/1768>
- Martín-Consuegra, D., Faraoni, M., Díaz, E., & Ranfagni, S. 2018. *Exploring relationships among brand credibility, purchase intention and social media for fashion brands: A conditional mediation model*. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(3), 237–251. <https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1461020>
- Massie, J. D. D., Ekonomi, F., & Manajemen, J. 2017. *Pengaruh Kelompok Acuan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3714–3723. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18044>
- Mitha, D. A., Andriani, A., Inggang, K., & Nuralam, P. 2018. *The Influence of Electronix Word of Mouth on Consumer Trustworthiness and Purchase Intention (Survey on Followers Instagram of @Zaloraid)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 61(1)*, 137–144.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. 2020. *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Nasbin, Harlina, N. dan A. P. 2018. *JUMBO ( Jurnal Manajemen , Bisnis , dan Organisasi)*. *JUMBO ( Jurnal Manajemen , Bisnis , Dan Organisasi ) Univerisias Halu Oleo*, 2(2), 25–32.
- Octavianus, V., & Suprpto, W. 2020. *Pengaruh Brand Image Dan Online Store Image Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Risk Pada Produk Sneakers Adidas*. *Agora*, 8(1), 1–9.
- Oktaviani.J. 2018. 濟無 No Title No Title. *Sereal Untuk*, 51(1), 51.
- Picaully, M. R. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>
- Pradini, Adhi Laksita Winda. 2017. *Analisis pengaruh kualitas layanan dan brand image terhadap minat beli ulang pada restoran KFC*. *Jurnal manajemen bisnis Vol 3 No. 2*



- Putra, Nelson. 2019. *Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan pre-decision stage terhadap loyalty melalui impulse buying dan post decision*. Jurnal manajemen Bisnis Vol 31 No. 4
- Putri, Nadila, dan Iriani 2019. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image dan fashion involvement Terhadap Keputusan pembelian Indomie (Studi Pada Followers Official Account Jejaring Sosial Indomie)*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Roshan, P. A. A., & Sudiksa, I. B. 2019. *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(8), 5164. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p17>
- Schmidt, S. H., Shreffler, M. B., Hambrick, M. E., & Gordon, B. S. 2018. *An experimental examination of activist type and effort on brand image and purchase intentions*. Sport Marketing Quarterly, 27(1), 31–43. <https://doi.org/10.32731/smq.271.032018.03>
- Sciffman, Leon, G., Kanuk, L.L. 2004. *Consumer Behavior* (6<sup>th</sup> ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, I Made Willy dan I Gde Ketut Warmika. 2015. *Pengaruh fashion involvement terhadap impulse buying konsumen fashion yang dimediasi positive emotion*. Jurnal manajemen Unud. Vol 4 No 6 Hal 1684-1700 ISSN 2302-8912
- Setyowirasti A., Mudiantono. 2016. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Efektivitas Iklan, Brand Equity (Studi Kasus pada sabun LUX di area Semarang)*. Diponogoro Journal of Management, 1 - 14
- Siasat, J., & Vol, B. 2019. *Journal homepage: <http://www.jurnal.uui.ac.id/jsb>*. 23(1), 67–81. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol23.iss1.art6>
- Simamora, Bilson. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

- Sitorus, S. D., & Mawardi, M. K. 2019. *Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online ( Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Carousell )*. Jurnal Administrasi Bisnis, 73(1), 141–150.
- Sterie, Wua Gloria, James D. Masie dan Djurwati Soepono. 2019. *Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian produk PT. Telesindo Shop*. Jurnal EMBA, Vol 7 No. 4 Hal 3139-3148 ISSN 2303-1174
- Sucidha, I. 2019. *Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin*. At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.31602/atd.v3i1.1705>
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Suhaily, L. & Darmoyo, S. 2017. *Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust*. Jurnal Manajemen, 21 (2), 179-194
- Szczepaniak, M. (2015). Fashion Involvement and Innovativeness, Self-Exoression through Fashion and Impulsive Buying as Segmentation Criteria: Identifying Consumer Profiles in the Turkish Market. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 1-15.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI
- Umar, Husein, 2012, *Metodologi Penelitian*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Unud, E. M. 2015. I Made Willy Setiadi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1684–1700.
- Wahyuni, Rika dan Hadi Irfani. 2019. *Pengaruh lifestyle, perceived ease of use dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada toko pakaian online*. Jurnal Psyche Vol 12 No. 2 Hal 165 – 173 ISSN 2088-5326
- Wardoyo dan Intan Andini. 2017. *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa Universitas Gunadarma*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 19 No. 1
- Widhiani, A., & Idris. 2018. *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. Diponegoro

Journal of Management, 07(02), 1–6.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20907%0A%0A>

Yulia Hermanto, E. 2016. *Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 10(1), 11–19.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.11-19>

Yun Wang, Hira Cho, C.-Y. J. L. 2010. *The moderating roles of fashion innovativeness and involvement in the attitude toward online customization in Taiwan apparel market* *The moderating roles of fashion innovativeness and involvement in the attitude toward online customization in Taiwan appare*. 0–18.

