

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation* (11th ed.). Pearson Education.

Andini, F. (2020). Pengaruh endorsement influencer terhadap keputusan pembelian produk fashion melalui media sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 112-120.

Anggraeni, D., & Wibowo, A. (2021). Peran influencer dalam pemasaran digital: Studi pada TikTok. *Jurnal Pemasaran dan Branding*, 7(1), 45-58.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haryanto, F. (2019). Dampak tren fashion terhadap keputusan pembelian produk di e-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(4), 230-239.

Indrawati, R. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk fashion di TikTok Shop. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 10(3), 178-186.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Lestari, M., & Saputra, F. (2020). Peran sosial media dalam mempengaruhi keputusan pembelian fashion. *Jurnal Sosial Media dan Marketing*, 5(2), 83-98.

Mulyani, S., & Prasetyo, A. (2021). Analisis pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(3), 102-110.

Nugroho, Y., & Sari, A. (2021). Pengaruh influencer endorsement terhadap minat beli pada platform TikTok. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(1), 50-65.

Pradana, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan tren fashion terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perdagangan*, 16(3), 55-64.

Rachmawati, N. (2020). *Teori dan Praktik Riset Pemasaran: Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Rahmawati, I., & Wahyudi, D. (2021). Efek harga terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 9(2), 145-159.

Riset, F. (2021). Pengaruh endorsement influencer terhadap pembelian produk fashion di TikTok. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 4(1), 68-77.

Saefullah, M., & Hartanto, R. (2022). Analisis tren fashion dan perilaku konsumen dalam membeli produk melalui TikTok. *Jurnal Pengembangan Ekonomi dan Sosial*, 18(2), 110-120.

Setiawan, B. (2019). Pengaruh pemasaran berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen Marketing dan Media Sosial*, 6(4), 200-215.

Sihombing, N. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian fashion online. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 15(2), 95-104.

Simanjuntak, F. (2021). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian produk fashion di TikTok Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(3), 120-134.

Suryadi, B., & Salim, H. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada platform digital. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 11(1), 135-147.

Wijaya, D. (2021). Pengaruh influencer dan tren fashion terhadap perilaku konsumen di platform e-commerce. *Jurnal Pemasaran Digital*, 9(4), 205-218.

Chandra, K. N., Ahadiat, A., & Ramelan, M. R. (2023). The Influence of Tiktok Social Media Advertising and Brand Image on the Purchase Decision of Maybelline Products (Study on Tiktok Users in Bandar Lampung). *International Journal of Regional Innovation*.

Nurfadila, S. (2020). Impact of Influencers in Consumer Decision Process: The Fashion Industry.

Darmatama, M., & Erdiansyah, R. (2021, August 8). The Influence of Advertising in Tiktok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions

Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Fernández, R. (2019). The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their impact on engagement, expected value and purchase intention. *International Journal of Information Management*.

Repetskaya, A. I. (2021). Modern Sociocultural Practices in the Field of Fashion Consumption: The Main Youth Trends. *KnE Social Sciences*.

Darmatama, M., & Erdiansyah, R. (2021, August 8). The Influence of Advertising in Tiktok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions.

Khan, S. K., & Zaman, I. (2022). Role of Influencers in Digital Marketing: The moderating impact of follower's interaction. *GMJACS*.

Raybould, C. (2021). Trends forecasting as a tool for sustainable education.

Bjerre, E. (2023). Fashion Consumerism: the Impact of Marketing Strategies on Generation Z Consumers. *Journal of Student Research*. <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i3.2745>

Leven, E. L. (2022). Price—A Primer on the 2nd “P” for Hospital Marketers. <https://doi.org/10.4324/9781315860084-24>

Chong, R. S.-M. (2023). The Influence of Consumer Behavior, Perspectives and Types of Consumers in Purchasing Decision Making. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i01-45>