

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, E., Azizah, A., & Eliza, Y. (2025). The Influence of Content Marketing, Shopping Lifestyle, and User Experience on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace. *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 5(1), 137–147. <https://doi.org/10.54099/ijibmr.v5i1.1390>
- Ahdiat, A. (2025). *Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja Fashion*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/677668263f18a/selain-kebutuhan-pokok-gen-z-paling-berminat-belanja-fashion>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Volume 50,. <https://id.scribd.com/doc/177122616/Ajzen-Icek-1991-the-Theory-of-Planned-Behavior>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.
- APJII. (n.d.). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. 2023.
- Apta, S. A., Puspitasari, D., Sartika, M., Setiawan, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Nuswantoro, U. D. (2025). Jurnal Bisnis Net Volume : 8 No . 1 Juni , 2025 | ISSN : 2621-3982 EISSN : 2722-3574. *Pengaruh Content Marketing, Brand Image, Dan E-Wom Pada Brand Teh Kampoeng Terhadap Keputusan Pembelian Sabela*, 8(1), 201–216.
- Arikunto, (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka cipta.
- Arshita, N., & Sanjaya, V. (2021). The influence of lifestyle and fashion trends on online media. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 07(02), 125–131.
- Artika, R. N., Haidar, K., & Sutrisno, S. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Komunitas Pelajar dan Mahasiswa Kabupaten Berau (KPMKB) di Samarinda. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.26858/je3s.v5i1.1806>
- Chaffey, & Ellis-Chadwick. (2022). *Digital Marketing*. Pearson. <https://id.scribd.com/document/837442931/Dave-Chaffey-Fiona-Ellis-Chadwick-Digital-Marketing-Pearson-2022-2>
- Chandradewi, P., & Saefudin, N. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shopee di

- Universitas Widyatama). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 5(6), 888–900.
- Chen, & Slade. (2025). Theory Of Planned Behaviour, dalam. *Penelitian Sikap, Niat Dan Prilaku Konsumen*.
- DataIndonesia.id. (2026). *Daftar Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan Pendapatan E-Commerce Tertinggi*.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media, 2019. <https://id.scribd.com/document/613440919/Perilaku-Konsumen-Nugroho-Setiadi>
- Efraim Turban, Jon Outland, David King, J. K. L. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer Texts in Business and Economics (STBE). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-58715-8>
- Erdawati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee Influence of Lifestyle, Advertising and Prices on Online Purchase Decisions Through Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371.
- Erensoy, A., Mathrani, A., Schnack, A., Elms, J., & Baghaei, N. (2024). Consumer behavior in immersive virtual reality retail environments: A systematic literature review using the stimuli-organisms-responses (S-O-r) model. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(6), 2781–2811.
- Erisa Al Maidah, D. K. S. (2022). *Pengaruh Price Discount, Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Brand Erigo Apparel Di Sidoarjo*.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Kualitas atmosfer dalam perdagangan daring : Sebuah model konseptual dan implikasinya. *Jurnal Riset Bisnis*, 54.
- Fadilah, N., Santoso, B., & Rozzaid, Y. (2021). *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)* , 2021 Vol. 2, No. 1, <https://doi.org/>. 2(1), 1–8.
- Firdatul, A., Rifdatul, M., & Hidayanto, F. M. (2022). Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Kepercayaan, Sikap, Niat, dan Perilaku: Pengantar Teori dan Penelitian* (I. Ajzen, Ed.; psikologi). Perusahaan Penerbitan Addison-Wesley.
- Gusmiarti, I. (2024). *Keputusan Pembelian Gen Z Dipengaruhi oleh Influencer, Ini Daftar Produk Paling Banyak Dibeli*.

- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Pustaka Pelajar.
- Hasanah, U., Ajizah, N., & Huda, M. (2025). Pengaruh Trend Fashion, Content Creator, dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Aplikasi Tiktok (Followers Tiktok @secaca.id). *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 1–9.
- Herawati, Prajanti, S. D. W., & Kardoyo. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. 8(1), 1–11.
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram. *Jesya*, 6(2), 1348–1358. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Hulwan, A. (2025). *Gen Z Indonesia prioritaskan identitas dan gaya hidup di tengah ekonomi lesu*. <https://www.campaignindonesia.id/article/gen-z-indonesia-prioritaskan-identitas-dan-gaya-hidup-di-tengah-ekonomi-lesu/1927729>
- Isnur, P. (2024). *221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek sama Internet*. <https://indonesiabaik.id/infografis/221-juta-penduduk-indonesia-makin-melek-sama-internet>
- Kadafi, M., Fadhillah, M., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser , Trend Fashion , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Erigo Di Yogyakarta Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7, 319–330. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.5210>
- Kahar, P. M. (2024). *Pengaruh Price, Trend Fashion, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Amaryllis Hijab Di Kota Parepare*.
- Kawamura, Y. (2018). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies* (berilustra). Akademisi Bloomsbury, 2018.
- Kirana, R. C., Astuti, S., & Ramli, M. (2025). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Dalam Pembelian Produk Fashion*. 1(1), 58–67.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnnik, O. M. (2021). *Principles of marketing* (18th editi). London : Pearson education, 2021. <https://doi.org/1-292-34113-0978-1-292-34113-2>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Editi). Global Edition. <https://id.scribd.com/document/809754546/Marketing-Management>
- Kotler, P. T., & Amstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kulsum, S. A., & Sidiq, S. (2025). Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan

- promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 4(1), 11–20.
- Lestari, S. (2020). Analisis Konstruk Fashion Involvement Remaja pada Masa Pandemi COVID-19. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 11(2), 128–145.
- Loo, P., Benni Purba, Anto Tulim, Purnaya Sari Tarigan, & Endah Andriani Pratiwi. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 749–755. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1132>
- Marsha, T. S., & Aslamiyah, S. (2024). The Influence Of Product Quality, Prices And Promotions On Product Purchase Decisions At The Ramli Collection Store Gresik. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 7494–7504.
- Maulana, F., & Aminah, S. (2024). The Influence of Discounts and Free Delivery Cost on Purchasing Decisions for Miliki Hijab Products in E- Commerce Shopee in East Java. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(1), 333–344.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology* (berilustra). M.I.T. Press. <https://id.scribd.com/document/1033637126/An-Approach-to-Environmental-Psychology-Mehrabian-in-Russell-1974>
- Nadia Aretha;, Ramadhan;, B. F., Yawan;, H., Mashudan;, M. V., & Maesaroh, S. S. (2024). Pengaruh Trend Fashion dan Promosi Live Streaming TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 7.
- Naja Putri Fadhilah. (2024). *Simak Pilihan Fashion Anak Muda Indonesia 2024*. Goodstats.
- Permana, D., & Rinaldi. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta Di Platform Belanja Shopee. *INTERDISIPLIN Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(4), 239–250.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, I. S. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons, 2021.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th, berilu ed.). Pearson, 2016.
- Populix. (2020). *Riset Populix: Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia*. <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia>
- Prof. H. Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Pulizzi, J. (2021). *Content Inc., Second Edition: Start a Content-First Business, Build a Massive Audience and Become Radically Successful (With Little to No*

- Money*) (2nd ed.). McGraw Hill Professional, 2021.
- Rahmadani, D., & Febriansah, R. E. (2024). Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endorsement, dan e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). *Jurnal Darma Agung*, 32(3), 1–13.
- Ridwan, M., Setiawan, R., & Gumilar, I. R. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing terhadap Purchase Decision di Shopee serta Dampaknya pada Repurchase Intentions (Studi pada Pengikut Instagram @shopee_id). *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(7), 7877–7889. <http://jiip.stkipyapisdomp.ac.id>
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167–179. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3841>
- Santy, R. D., & Andriani, R. (2023). Purchase Decision in Terms of Content Marketing and E-Wom on Social Media. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(6), 921–928.
- Saputra, E. J., & Subandrio, S. (2023). Pengaruh Trend Fashion, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakaian Affika Collection. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 340–358. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5388>
- Saputri, E. (2026). *Pengaruh Content Marketing , Influencer , Dan Free Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Shopee*. (1), 1–16.
- Sari, A. K., Djawoto, D., & Suhermin, S. (2025). The Effect of Price and Content Marketing on Purchasing Decision through Purchase Interest. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(3), 476–488.
- Sari, D. N. (2021). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 60).
- Sari, W. E. P., & Suci, N. M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 129–134. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.37170>
- Sera Triya Meilida, Cindy Agnesia, Balqis Larasati, Septia Nur Humairoh, & Nadiya Fikriatuz Zakiyah. (2025). Pengaruh Content Marketing, Social Media Marketing, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 154–166. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4063>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71.

- Suardana, (2023). *Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*. 1(4), 178–190.
- Sugiharto, N. A., Riyanti, F. A., & Madani. (2022). Pengaruh Content Marketing dan content Review terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pengguna Serum Somethinc). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September).
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi)* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.; Edisi Kedu). ALFABETA.
- Sumarwan, U. (2022). *Perilaku Konsumen* (Edisi 3 /). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2022.
- Tanamal, W., Nazmi, H., & Dewi, S. P. (2025). The Influence of Content Marketing, Influencer Marketing, and Paid Advertising on Purchase Decisions in Blibli E-Commerce. *International Journal of Science and Society*, 7(4), 260–270. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v7i4.1566>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan* (Andi Offse).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi Offset. <https://id.scribd.com/document/628924554/Tjiptono-2017-47>
- Traver, C. G. (2021). *E - commerce*.
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh Lifestyle , Percieved Ease of Use Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan. *PSYCHE 165 Fakultas Psikologi*, 12(2), 3–5.
- Wisnblit, L. G. S. dan J. (2019). *Consumer Behavior* (12th editi). Pearson , 2019.
- Wulandari, R., Gion Ramahdan, Harahap, N. A., Irvan, P. A., & Adila5, Z. (2025). *Balance : Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian di E-*. 4(2), 1265–1276.
- Wulandari, S. P., & Jemadi. (2025). Pengaruh Price Discount dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Strategis: Jurnal Mantra*, 2(01), 20–29.
- Yanti, S., Saprida, S., & Satria, C. (2024). Pengaruh Trend Fashion Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswi STEBIS IGM Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 4(1), 27–34.
- Yonatan, A. Z. (2025). *Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Banyak Diakses di Indonesia 2025*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0>
- Zulfa, F. L. A. F. (2024). Pengaruh Islamic Branding Dan Trend Fashionterhadap Keputusan Pembelian Fashionislami Pada Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7, 31–44.