

DAFTAR PUSTAKA

- Alkharabsheh, O. H. M., & Zhen, B. H. (2021). The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process. *CoMBInES-Conference on ...*, 1823–1834. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combrates/article/view/4723>
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insights*, 2(2), 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Arianto, N., & Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Arifianti, R., & Alexandri, M. (2017). Activation of Creative Sub-Economic Sector in Bandung City. *Jurnal AdBispreneur*, 2(3), 201–209.
- Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–11.
- Astini, R., & Yustian K, Y. (2020). Pengaruh Product Price, Individual Personality Differences, Environmental Friendliness Pada Keputusan Pembelian. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 141. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i1.010>
- Berdan, A. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Bruno, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dangedi Desa Benteng Kabupaten Pangep. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.); 1st ed.). Global Research and Consulting Institute.
- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. *Researchgate*.
- Digital Marketing Guide. (2021). Topic 1: Definition of marketing, marketing management, concepts and process. *Digital Marketing Guide*, 1–55.
- Do, D. K. X., Rahman, K., & Robinson, L. J. (2020). Determinants of negative customer engagement behaviours. *Journal of Services Marketing*, 34(2), 117–135. <https://doi.org/10.1108/JSM-02-2019-0050>
- Fimela. (2016). Yuk, Intip 7 Tren Fashion Tahun 2016! *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/2574012/yuk-intip-7-tren-fashion-tahun-2016>

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. In *Airlangga* (5th ed.). DEEPUBLISH.
- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 126(1), 1–7.
- Gultom, M. D. (2021). Pengaruh Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Fashion Wanita di Rynboutique Medan. In *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Hanif, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Kota Jombang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(1), 37–50. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/10194>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021. *Outlook Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2021*, 90.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).
- Kusuma, E. P. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. In *Lab Kom Manajemen Fe Ubb*.
- Limandono, J. A., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Maulidiyah, R. N. (2018). *Pengaruh Brand Image, Content Marketing, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Sabun Pemutih Gluta Collagen Soap*.

- Mulyana, S. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nuriyanti, W. (2019). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF* Widya Nuriyanti Program Studi Desain Komunikasi Visual , Fakultas Bahasa dan Seni , Universitas Indraprasta PGRI Jakarta Email : widyanuriyanti@gmail.com Tabel 1 . *Pertumbuhan PDB Subsektor Ekonomi Kr. 11(2)*, 101–107.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*.
- Olivia, J., & Nurfebiaraning, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Parapuan. (2021). *Ini Tren Fashion yang Diikuti Banyak Orang di sepanjang Tahun 2021*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533066880/ini-tren-fashion-yang-diikuti-banyak-orang-di-sepanjang-tahun-2021>
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, VIII(2), 45–57.
- Pinchera, V. (2021). Paris to New York: The Transatlantic Fashion Industry in the Twentieth Century. By Véronique Pouillard. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2021. 324 pp. Illustrations, notes, index. ISBN 978-0-6742-3740-7. *Business History Review*, 95(4), 876–878. <https://doi.org/10.1017/s0007680521000921>
- Poradova, M. (2020). Content marketing strategy and its impact on customers under the global market conditions. *SHS Web of Conferences*, 74. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207401027>
- Pramita, R. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Customer Engagement, Dan Promosi Terhadap Loyalitas. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1–9.
- Prasetya, A. D. (2019). “Boyish Style” Kini Digandrungi Perempuan. *Merahputih.Com*. <https://merahputih.com/post/read/boyish-style-kini-digandrungi-perempuan>

- Prasetya, A. Y., Astono, A. D., & Ristianawati, Y. (2020). Analisa Strategi Pengaruh Influencer Marketing di Social Media online Advertising dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Online Zalora). *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(November), 133–148.
- Putri, B. R. T. (2017). Manajemen Pemasaran. In *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen @ rilyshop Di Kota Surabaya). *Cakrawala Management Business Journal*, 4.
- Rathnayaka, U. (2018). Role of Digital Marketing in Retail Fashion Industry: A Synthesis of the Theory and the Practice. *Journal of Accounting & Marketing*, 07(02). <https://doi.org/10.4172/2168-9601.1000279>
- Reddy, K. (2021). *Fashion History Timeline*. Fashion History. <https://fashionhistory.fitnyc.edu/2000-2009/>
- Rie. (2019). *7 Trend Fashion Streetwear Korea Selatan*. Dreamers.ID. <https://gayahidup.dreamers.id/article/80394/7-trend-fashion-streetwear-korea-selatan-2019>
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millenial* (R. Franita (ed.)). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli. https://www.google.co.id/books/edition/Consumer_Behaviour_in_Era_Millennial/LgmZDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran&pg=PA184&printsec=frontcover
- Samson, D., Donnet, T., & Daft, R. L. (2021). *Management 7th Asia-Pacific Edition*. CENGAGE.
- Santoso, P. S. (2021). *Pengertian Kebutuhan Primer, Sekunder, dan Tersier*. Bisnis.Com. <https://m.bisnis.com/kabar24/read/20211127/79/1471114/pengertian-kebutuhan-primer-sekunder-dan-tersier>
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Effect of product quality , price and promotion on purchasing decisions. *Akuntabel*, 18(3), 444–451. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9714/1403>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Thakur, R. (2018). Customer engagement and online reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41(December 2017), 48–59. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.11.002>
- Valvinka, V. B. (2020). *6 Tren Fashion Populer Tahun 2020*. Tagar.Id. <https://www.tagar.id/6-tren-fashion-yang-populer-di-tahun-2020>
- Wijaya, Y. I., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2022). Pengaruh harga, promosi melalui media sosial, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fashion pakaian. *11*(1), 223–232.
- www.Zisallection.com. (2022). *Logo Zisallection*. Zisallection.Com. <https://zisallection.com/>
- Ziginov, S. (2021). *Customer Engagement Via Social Media. How Does Social Media Marketing Affect Consumer Decision-Making Process and Sales? A Case of ASOS*. May 2021, 1–42.