

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, S. Kusuma, S. & Ratnawati. (2021). *The Effect of experience quality, perceived value, happiness and tourist satisfaction on behavioral intention*. Management Science Letters
- Agustini, S.(2021). *Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Berrybenka*. Telkom University
- Allroward, A. & Khwaldeh, S. (2019). *The Effect of Lifestyle on online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E- Ticketcs Case*. Canadian Center of Science and Education
- Dahmiri.(2020). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Jambi*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan
- Danau, Andhika.(2022). *The Effect Brand Image and Product Quality on Purchase Intention Mediated By Cunsumer Satisfaction Study at Uniqlo in Solo*. International Journal of Economics, Business and Accounting Research
- Fatmaningrung, S. (2020) *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi
- Herdiani, Mega. (2021). *Pengaruh Lifestyle, Brand Image, dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Brand Uniqlo di Indonesia*. Universitas Brawijaya
- Hilmi, Rifqi.(2018). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Clothing Line (Survei pada Konsumen Clothing Line Famo di Kota Bandung)*, 91-102. Journal of Business Management Education
- Keller & Amstrong. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.Keller. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Kelvin.(2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Price Perception Terhadap Purchase Intention Pelanggan Uniqlo Jakarta*, 142-149. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan

- Kementrian Penindustrian Republik Indonesia. (2019). *Industri Pakaian Jadi Catatan Pertumbuhan Paling Tinggi*
- Kompas.com. (2020). Uniqlo Memperkirakan Penurunan Laba Hingga 50 Persen Tahun Ini. Diambil dari: <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/07/12/184105020/uniqlo-memperkirakan-penurunan-laba-hingga-50-persen-tahun-ini>. (Akses: 6 Desember 2022)
- Kompas.com. (2022). Uniqlo Luncurkan Koleksi Lifeware 2022. Diambil dari: <https://foto.kompas.com/photo/read/2022/01/13/1642090584cda/Uniqlo-Luncurkan-Koleksi-LifeWear-2022>. (Akses: 6 Desember 2022)
- Kotler, P. & Amstrong. (2018). *Principle of Marketing 17e Global Edition*. New York: Pearson Education Limited
- Kotler. (2017). *Marketing Management 15th In Decisions Marketing* .
- Liputan6.com. (2022). Uniqlo Catat Pertumbuhan Laba 5,6 Persen. Diambil dari: <https://www.liputan6.com/saham/read/4860564/uniqlo-catat-pertumbuhan-laba-56-persen-ini-faktor-pendorongnya>. (Akses: 5 Desember 2022)
- Maeselina. & Budiono, H.(2019). *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta*, 788-794. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
- Mayasari, D. (2019). *The Influence of Fashion lifestyle, Sales Promotion and Self- image to Impulse Buying Behaviour and Customer Satisfaction*. Journal of Business Management Education
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*, 71-83. Jurnal Abiwarra
- Musay, F. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Manajement, Ekonomi, Akuntansi
- Nurjanah, A.R. (2021). *Pengaruh Desain Innovation Terhadap Perceived Value dan Purchase Intention Produk Virtual*. Telkom University

- Permatasari, F.(2019). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang)*. Universitas Brawijaya
- Priansa, D. (2017). *Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Puteri, Dyajeng. & Laksmi, D. *Pengaruh Endoser Terhadap Purchase Intention dengan Perceived Value dan Perceived Usefulness sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Viewer Food Vlogger of Youtube Channel)* 1-11. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*.
- Rakha, R. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impluse Buying Pada Mayoutfit Bandung*. Telkom University
- Rumayar, Y. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Product Variation dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Nato Coffee Indonesia*. Universitas Negeri Jakarta
- Sari, R. (2019). *Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan PembelianCafé Tiga Tjeret di Surakarta*. Edunomika
- Sinaga, S.(2018). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makeover pada Pengunjung Counter Makeover di Plaza Medan*. Universitas Sumatera Utara
- Slack, N. Sigh, G. & Sharma, S. (2020). *Impact of perceived value on the satisfaction of supermarket customer developing country perspective*. *Internatiounal Journal of Retail & Distribution Management*
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi
- Offiset
- Sutrisono, N. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RMAyam Bakar Wong Solo Jember*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan IlmuSosial*
- Syaiful, Akmal.(2018). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Pakaian Second Hand @Tangankedua)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*

- Theresia. & Briliana, V. (2021). *Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan KFC di Jakarta*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Edisi (3)*. Yogyakarta.
- Tri, Roza M. (2020). *Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Konsumen Grabcar*. Telkom University
- Utami, D. (2019). *Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intention Yang di Mediasi Oleh Continuance Intention Pada Online Game Mobile Legends: Bang-Bang*. Universitas Brawijaya
- Valentin, C. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Iphone di Bandung*. Telkom University