

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *TREND FASHION* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION MY STYLE* DI  
ROYAL PLAZA SURABAYA**

**Novita Putri Ramadhani**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[novitapr7@gmail.com](mailto:novitapr7@gmail.com)

**Ayun Maduwinarti**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id](mailto:ayunmaduwinarti@untag-sby.ac.id)

**Agung Pudjianto**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[agung@untag-sby.ac.id](mailto:agung@untag-sby.ac.id)

**ABSTRACT**

In this study, researchers used the research object of a fashion store in the Surabaya area, to be precise at the Royal Plaza Surabaya Mall, which is located on Ahmad Yani Street No. 16-18, Wonokromo, Surabaya, precisely on the UG / E3 7-7a floor. This study aims to examine the influence of lifestyle and fashion trends on fashion products My Style at Royal Plaza Surabaya. As one of the major cities in East Java, it has experienced significant growth in the fashion industry in Surabaya City and has grown rapidly in recent years. With the increasing number of fashion stores that have sprung up in Surabaya City, competition between fashion industry business people has become increasingly fierce. This research uses a quantitative approach. The population used a sample of 96 respondents or My Style customers at Royal Plaza Surabaya using Google Form. The sampling technique used in this study was non-probability sampling and also used convenience sampling technique. The data analysis technique used in this study is the clasi assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing and is assisted using SPSS Version 25. Based on the results of the study, it shows that Lifestyle and Fashion Trend have a positive and significant effect on purchases both partially and simultaneously.

**Keywords:** *Lifestyle, Fashion Trend, Purchasing Decisions, Fashion Products*

**ABSTRAK**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek penelitian sebuah toko fashion di kawasan Surabaya, tepatnya berada di Mall Royal Plaza Surabaya, yang terletak di jalan Ahmad Yani No. 16-18, Wonokromo, Surabaya tepatnya di lantai UG/E3 7-7a. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* Pada Produk Fashion My Style di Royal Plaza Surabaya. Sebagai salah satu kota besar di Jawa Timur, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam industri *fashion* di Kota Surabaya dan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan semakin banyaknya toko *fashion* yang bermunculan di Kota Surabaya, persaingan antara para pelaku bisnis industri

*fashion* menjadi semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi menggunakan sampel sebanyak 96 responden atau pelanggan My Style di Royal Plaza Surabaya dengan menggunakan Google Form. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dan juga menggunakan teknik pengambilan sampel teknik convenience sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasi, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis serta dibantu menggunakan SPSS Versi 25. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup dan *Trend Fashion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci :** *Gaya Hidup, Trend Fashion, Keputusan Pembelian, Produk Fashion*

## **A. PENDAHULUAN**

Di era modern saat ini kebutuhan manusia sangat beragam, hal ini menjadikan masyarakat sulit menentukan antara kebutuhan primer dan sekunder. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam mempertahankan kehidupan yang meliputi kebutuhan sandang, pangan dan papan seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal. Sedangkan kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi seperti makanan *junk food*, model pakaian terkini, dan penginapan hotel. Kota Surabaya adalah ibukota Provinsi Jawa Timur yang merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta dan memiliki potensi pasar yang besar untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup *fashion* masyarakat. Kota Surabaya telah berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena sektor perdagangan, industri, dan jasa yang terus berkembang. Salah satu sektor yang dapat menjaga stabilitas keuangan kota Surabaya adalah industri *fashion*. Perkembangan industri *fashion* yang pesat ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan beragam. Melihat banyaknya masyarakat kota surabaya ini cenderung mengarah pada gaya hidup sosialita. Gaya hidup masyarakat sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya yang terus berkembang. Menurut Sumarwan (2011) dalam (Wullur & Djawoto, 2020), gaya hidup mengacu pada minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup seseorang cepat berubah seiring dengan perubahan hidupnya. Pentingnya sandang itu tidak hanya untuk sekedar menutupi tubuh tetapi butuh model atau *style* yang nanti pada akhirnya mendorong seseorang pada keinginan. Pakaian tidak hanya menjadi kebutuhan primer saja, namun juga berkembang menjadi kebutuhan sekunder karena modelnya yang terkini untuk mempercepat pertumbuhan industri ini.

Salah satu contoh yang dapat memenuhi kebutuhan akan gaya hidup terkait dengan sandang yaitu My Style. My Style merupakan produk *fashion* yang dikembangkan oleh brand lokal Indonesia yang menonjolkan keunikan dan gaya individual. My Style juga berkomitmen untuk mengikuti tren global dan lokal sehingga konsumen dapat menemukan pakaian yang sesuai dengan kengingannya. My Style menciptakan koleksi eksklusif yang mencerminkan aspirasi dan selera pasar. Dengan demikian, My Style tidak hanya sekedar merek, tetapi juga sebuah komunitas bagi mereka yang mencintai *fashion* dan ingin mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian mereka. My Style menjadi sebuah produk yang unggul, My

Style menawarkan berbagai produk fashion yang disesuaikan dengan kebutuhan. My Style mengedepankan tampil stylish dalam setiap momen, mulai dari semi formal hingga sehari-hari. *Trend fashion* yang terus berubah menjadi salah satu faktor penentu dalam keputusan pembelian produk *fashion*. Konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan *trend* terbaru untuk mencerminkan identitas mereka. My Style melakukan itu karena ada tuntutan gaya hidup dari masyarakat, sehingga My Style mau tidak mau harus mengikuti *trend* atau kebutuhan itu terutama pada kalangan yang pecinta model atau *stylist* yang *fashionable*. Salah satu yang mengikuti *trend fashion* ini adalah komunitas sosialita. Keberadaan komunitas sosialita menjadi *trend* di kota-kota besar di Indonesia termasuk Surabaya. Kaum sosialita cenderung mengikuti *trend* yang sedang populer. Kaum sosialita yang ingin memberitakan pada dunia betapa *up-to-date* dan mempesonanya mereka. Kaum sosialita juga sangat memperhatikan bagaimana penampilan mereka di muka umum. Kaum sosialita mendominasi kepada wanita karena mereka memiliki tanggung jawab untuk kebutuhan dan keperluan sendiri. Diketahui dari data pengunjung My Style karena mereka kebanyakan mengikuti gaya hidup sosialita maka untuk menjaga keberlangsungan *trend* dan memenangkan atau memposisikan yang lebih baik dari toko *fashion* lain maka mau tidak mau My Style harus mengikuti *trend fashion* agar selalu berdampak pada jumlah kunjungan. Berdasarkan dari data internal My Style melihat bagaimana jumlah pendapatan mereka sebagaimana dari data penulis dapatkan setelah upaya tersebut dilakukan penulis mendapatkan data 5 tahun terakhir jumlah kunjungan di My Style yaitu menunjukkan bahwa pendapatan pada My Style cenderung berfluktuasi, mengindikasikan adanya ketidakjelasan mengenai efektivitas strategi tersebut dalam memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menjadi panduan bagi *fashion* lain untuk memahami perubahan perilaku konsumen. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion My Style di Royal Plaza Surabaya.”

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Selain itu peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016:37) penelitian asosiatif ini dimana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kemudian teknik sampel yang digunakan oleh peneliti dengan menggunakan kelompok teknik *non probability sampling*, yang dimaksud *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel secara tidak acak dengan menggunakan jenis teknik *convenience sampling* yakni memilih sampel berdasarkan ketersediaan dan kemudahan untuk diakses. Periode pengambilan sampel selama 3 bulan. Pengambilan data peneliti menggunakan teknik E-Kuesioner melalui *google form*. Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis data dengan *software* SPSS versi 25 yang digunakan

oleh peneliti untuk mendapatkan hasil kesimpulan guna menjawab hipotesis penelitian yang telah dilakukan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui kuesioner valid atau tidak maka dapat diambil keputusan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  interpretasinya adalah tidak valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel		r hitung	r tabel	Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	P1	0,696	0,361	Valid
	P2	0,711	0,361	Valid
	P3	0,5208333	0,361	Valid
	P4	0,804	0,361	Valid
	P5	0,774	0,361	Valid
	P6	0,656	0,361	Valid
Trend Fashion (X2)	P7	0,864	0,361	Valid
	P8	0,927	0,361	Valid
	P9	0,865	0,361	Valid
	P10	0,782	0,361	Valid
	P11	0,874	0,361	Valid
	P12	0,927	0,361	Valid
	P13	0,674	0,361	Valid
	P14	0,721	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P15	0,677	0,361	Valid
	P16	0,754	0,361	Valid
	P17	0,74	0,361	Valid
	P18	0,703	0,361	Valid
	P19	0,848	0,361	Valid
	P20	0,752	0,361	Valid

Sumber : Data Primer (diolah oleh peneliti, 2025)

Dilihat dari hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan dari variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ), *Trend Fashion* ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dinyatakan valid karena setiap item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , yakni sebesar 0,361.

#### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian ini dapat konsisten untuk digunakan. Pengambilan keputusan sendiri dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,600$  dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,600$ .

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ambang Batas	Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	0,819	0,600	Reliabel
<i>Trend Fashion</i> (X2)	0,925	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,835	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dapat diperoleh nilai *cronbach's alpha* melebihi ambang batas 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel sehingga menghasilkan suatu data yang konsisten jika diuji secara berkali-kali.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan kausal antara variabel independen dengan variabel dependen. Regresi linear berganda digunakan ketika terdapat lebih dari satu variabel independen yang diduga mempengaruhi variabel dependen. Teknik ini menghasilkan suatu persamaan regresi yang menggambarkan pengaruh variabel-variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan seterusnya) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Hasil persamaan regresi linear berganda antara Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan *Trend Fashion* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,226 + 0,475X_1 + 0,375X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai  $a$  = sebesar 1,226 yang berarti jika nilai variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan *Trend Fashion* ( $X_2$ ) sama dengan 0, maka nilai konstanta Keputusan Pembelian sebesar 1,226.
- 2)  $b_1$  (nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,475, artinya jika nilai variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) mengalami kenaikan 1 (satuan), maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) juga menunjukkan peningkatan sebesar 0,475.
- 3)  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,375, artinya jika nilai variabel *Trend Fashion* ( $X_2$ ) mengalami kenaikan 1 (satuan), maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) juga menunjukkan peningkatan sebesar 0,375.

**Uji Hipotesis**

**Uji Parsial (uji t)**

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak maka akan dilakukan uji t dengan tingkat signifikansi 0,05. Dasar pengambilan keputusan adalah jika  $H_a$  diterima, apabila hasil nilai t hitung  $>$  t tabel atau nilai signifikan  $<$  0,05. Sedangkan jika  $H_a$  ditolak, apabila hasil nilai t hitung  $<$  t tabel atau nilai signifikan  $>$  0,05.

**Tabel 3. Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,226	1,213		1,011	,315
	Gaya Hidup	,475	,041	,594	11,472	,000
	Trend Fashion	,375	,034	,568	10,963	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah SPSS versi 25 (2025)

Adapun hasil hipotesis uji parsial (uji t) pada setiap variabel independen sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.23 uji parsial di atas, diperoleh  $t_{hitung} (11,472) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai  $Sig (0,000) < (0,5)$ , sehingga  $H_0$  dengan pernyataan yang berbunyi “Tidak ada pengaruh positif dan signifikan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Fashion MyStyle* di Royal Plaza Surabaya” ditolak dan  $H_a$  dengan pernyataan yang berbunyi “Ada pengaruh positif dan signifikan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Fashion MyStyle* di Royal Plaza Surabaya” diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion MyStyle*.
- b) Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.23 uji parsial di atas, diperoleh  $t_{hitung} (10,963) > t_{tabel} (1,985)$  dan nilai  $Sig (0,000) < (0,5)$ , sehingga  $H_0$  dengan pernyataan yang berbunyi “Tidak ada pengaruh positif dan signifikan *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Fashion MyStyle* di Royal Plaza Surabaya” ditolak dan  $H_a$  dengan pernyataan yang berbunyi “Ada pengaruh positif dan signifikan *Trend Fashion* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Fashion MyStyle* di Royal Plaza Surabaya” diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan, variabel *trend fashion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion MyStyle*.

#### Uji Simultan (F)

Uji f atau uji simultan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (variabel bebas) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat). Cara yang digunakan ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya. Dasar pengambilan keputusan adalah jika diketahui nilai  $Sig. f < 0,05$ , dinyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai  $Sig. f > 0,05$ , dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4. Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	943,009	2	471,504	142,302	,000 <sup>b</sup>
	Residual	308,147	93	3,313		
	Total	1251,156	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Trend Fashion, Gaya Hidup

Sumber : Data diolah SPSS versi 25 (2025)

Berdasarkan data diatas hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui uji simultan (uji f), diperoleh nilai F hitung sebesar 142,302 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F hitung tersebut lebih besar dari F tabel ( $142,302 > 3,09$ ) serta nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antar variabel independen terhadap variabel dependen.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Y). Selain digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap perubahan variabel dependen (Y), koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk menilai kelayakan model regresi yang digunakan.

**Tabel 5. Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 <sup>a</sup>	,754	,748	1,820

a. Predictors: (Constant), Trend Fashion, Gaya Hidup

Sumber : Data diolah SPSS versi 25 (2025)

Berdasarkan data diatas hasil output uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,754 atau 75,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan *Trend Fashion* (X<sub>2</sub>) menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 0,754 atau 75,4%. Sedangkan sisanya (100% - 75,4% = 24,6%). Maka 24,6% dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti *Brand Image*, Promosi, *Content Marketing*, dan *Live Shopping*, dimana variabel tersebut mempunyai pengaruh yang lebih baik terhadap keputusan pembelian produk *fashion*. Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Siswanto & Hastuti, 2023) dimana variabel *Brand Image* dan Promosi mempunyai pengaruh yang baik terhadap keputusan pembelian produk *fashion*, selain itu dibuktikan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nada et al., 2023) dimana variabel *Content Marketing* dan *Live Shopping* mempunyai pengaruh yang baik terhadap keputusan pembelian produk *fashion*.

**D. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *fashion* My Style di Royal Plaza Surabaya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gaya Hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *fashion* My Style di Royal Plaza Surabaya. Hal tersebut dapat dibuktikan pada uji analisis regresi linier berganda bahwa setiap kenaikan Gaya Hidup maka keputusan pembelian akan ikut meningkat. Hal ini terbukti diperkuat oleh hasil analisis deskriptif dimana indikatornya menunjukkan bahwa keberadaan My Style memberikan peluang seseorang untuk melakukan aktivitas berbelanja.
2. Selain itu untuk variabel *Trend Fashion* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *fashion* My Style di Royal Plaza Surabaya. Hal tersebut dapat dibuktikan pada uji analisis regresi linier berganda bahwa setiap kenaikan *Trend Fashion* maka keputusan pembelian akan ikut meningkat. Hal ini terbukti diperkuat oleh

hasil analisis deskriptif dimana indikatornya menunjukkan bahwa responden sangat tertarik pada produk *fashion* My Style karena selalu memperbarui koleksi produknya sesuai dengan perkembangan mode.

3. Demikian juga variabel Gaya Hidup dan *Trend Fashion* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Fashion* My Style di Royal Plaza Surabaya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aini, S. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang. [http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1413%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1413/4/Bab\\_2\\_watermark.pdf](http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1413%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1413/4/Bab_2_watermark.pdf)
- Andriani, A. D., & Sri, C. M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat *Thrift Store* Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 194.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Fadjar, C., Juanna, A., & Ismail L, Y. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 83–90. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10638>
- 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 ). 5(1), 1–9.
- Herduana, E. C., Pujianto, A., & Mulyati, D. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Gaming Merk Acer ( Studi Kasus Pada Komunitas Game Online di Kota Surabaya Timur ). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 10(1), 8–12. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/10533>
- Husna, A., Zuhirsyan, M., Kholil, A., Syariah, P., & Medan, P. N. (2024). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Mahasiswi Muslim Kota Medan. 442–448.
- Ilham, D., & Edwar, M. (2014). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jejaring Sosial Twitter Di Surabaya Selatan. *E-Journal Unesa*, 2(2), 1–16.

- Ilham, W., Muis, M., Ismail, M., & Pono, M. (2022). Perilaku Konsumen Milenial. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Jauhari Siti Sarah. (2023). Produk *Fashion* Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia. [https://books.google.co.id/bJaya, I. M. L. M. \(2020\). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=yz8KEAAAQBAJooks?id=yz8KEAAAQBAJ](https://books.google.co.id/bJaya, I. M. L. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=yz8KEAAAQBAJooks?id=yz8KEAAAQBAJ)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1 edisi 12. In Jakarta: Erlangga. Erlangga.
- Lestari, A. B., Lam'ah Nasution, S., & Lubis, J. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Service Quality, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Cafe Sebagai Tempat Hangout di CKC Corner Perisai Rantauprapat. *10*(1), 474–484.
- Mukuan, D. D. S., Tendean, V. S., & Tampi, J. R. E. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, *4*(1), 61–67.
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, *1*(September 2021), 9–16.
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh *Trend Fashion* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor di *Online Shop* Pekanbaru. *Jurnal Mahasiswa Merdeka EMBA*, *2*(1), 69–77.
- Patria, N., & Nisa, H. P. (2024). Pengaruh *Trend Fashion* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci. *8*(2), 104. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1739>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *4*(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). Perilaku Perilaku Konsumen Teori.
- Rachman, M. F. (2024). *Rekomendasi 6 Toko Aksesoris Pelengkap Busana di Surabaya*. <https://jatim.idntimes.com/life/women/myesha-fatina/rekomendasi-6-toko-aksesoris-pelengkap-busana-di-surabaya->

c1c2?page=all

- Rahmanisa, F., & Mardhiyah, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada *Marketplace Shopee* (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura). *Journal of Social Research*, *1*(10), 1189–1198. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i10.250>
- Rahmawati, C. S., Mulyati, A., & Mulyati, D. J. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di Umama Gallery Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*.
- Rivaldy, A., & Rulirianto. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, *7*, 37–40.
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion*. *Niaga*, *8*(1), 1. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh *Trend Fashion*, Gaya Hidup, Dan *Brand Image* Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, *1*(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh *Brand Image* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. *Jurnal Economina*, *2*(7), 1816–1828. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.680>
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, *2*(2), 1–11.
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.
- Wardayati, D. D. (2019). Perilaku Konsumen. *Angewandte Chemie International Edition*, *6*(11), 951–952., 11–28.
- Wulandari, A. M. H. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen.
- Wullur, M. P., & Djawoto. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA) Djawoto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- 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. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v4i1.358>
- Yudho, S. K. S. (2022). Pengaruh *Marketing Mix* (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *11*, 200–210.