

DAFTAR PUSTAKA

- Akroush, M. N., Dawood, S. A., & Affara, I. B. (2015). *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in the Yemeni Mobile Service Market*. *International Journal Services, Economics and Management*, 7(1), 53–73.
- Amanda, Q. S., & Padmantyo, S. (2023). Gaya hidup hedonisme dan financial distress: Peran religiusitas. *FINANCE: A Research Journal on Islamic Finance*, 9(2), 183–198.
- Aquila Fadini B., Mustari, Andi Caesar To Tadampali, Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, & Nurjannah. (2025). *Pengaruh brand image, kualitas produk, dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(1).
- Arswenda, A., & Huda, M. (2024). *Pengaruh live streaming, viral marketing, dan Hedonic Lifestyle terhadap purchase decision iPhone di Kota Jepara*. *Contemporary Economics and Econometric Journal*, 5(2), 123-135
- Badan Pengelola Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Tengah. (2026). *UPPD Kota Semarang I*. BAPENDA Provinsi Jawa Tengah. <https://website.bapenda.jatengprov.go.id/uppd-kota-semarang-i/page/beranda>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). *The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Chauke, D. X., & Duh, H. I. (2019). *Marketing and socio-psychological factors influencing organic food purchase and post-purchase outcomes*. *Journal of Food Products Marketing*, 25(9), 896–920.
- CNN Indonesia. (2018, 12 November). *Melacak jejak tren sneakers*. Diakses 12 Oktober 2025, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181109191643-277-345367/melacak-jejak-tren-sneakers>
- Dakhi, P. (2023). *The Influence of Service quality and Product Quality on Consumer Satisfaction with Purchasing Decisions as Intervening Variables at Alfamidi Diponegoro Teluk Dalam-Nias Selatan*. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 956-964.
- Fitria, W. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kalangan Mahasiswa*. *SINOMIKA: Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, 3(2), 225-234.
- Ghozali, I. (2014). *Partial Least Square (SmartPLS 3.0) (2nd ed.)*. Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2018). *Partial Least Square (PLS) : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Trends. (2025). *Nike shoes, Adidas shoes, Puma shoes: Minat pencarian Google Shopping secara global, 17 November 2024–12 Oktober 2025* [Data]. Diakses 12 Oktober 2025, dari <https://trends.google.co.id/explore?geo=Worldwide&q=Nike%20shoes,Adidas%20shoes,Puma%20shoes&date=2024-11-17%202025-10-12&gprop=froogle>.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Handayani, A. P., Sutisna, & Simanjuntak, M. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Status Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumtif*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 125–138.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *A Framework for Marketing Management. (Sixth Edit)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Krisnando, F., Puspitasari, D., H, G. T., & Panjaitan, R. (2024). Mengukur niat beli: Peran lifestyle hedonis, *brand awareness* dan persepsi harga pada pembelian sepatu Nike. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3).

- Lutian, K., Afifah, N., Purmono, B. B., Ramadania, R., & Hendri, M. I. (2024). *The influence of price fairness and hedonic lifestyle on purchase decision: Brand image as a mediating variable on second-hand iPhone*.
- Ni Made Isti Paramita Sari. (2022). *Peran Gaya Hidup Hedonisme Dan Locus Of Control Dalam Menjelaskan Kecenderungan Shopping Addiction Pada Remaja Putri Di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya*.
- Noor, F., & Utari, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro)*. Jurnal Mitra Manajemen, 4(4), 581-594.
- Nugroho, M. F. B. (2019). *Pengembangan desain sepatu sneakers yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan tren saat ini* [Laporan kerja praktik, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya]. Repositori Universitas Dinamika.
- Priansa, Donny Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA cv
- Putera, P., Tecolau, M., & Wahyoedi, S. (2022). *The Effect of Price, Service quality at Customer satisfaction Mediated by the Purchase decision at PT Maybank Indonesia Finance during the Covid-19 Pandemic*. Indonesian Journal of Business Analytics, 2(2), 173-184.
- Richter, F. (2023, 14 April). *Air Jordan: Most valuable sneaker* [Infografis]. Statista. Diakses 12 Oktober 2025, dari <https://www.statista.com/chart/29726/most-expensive-sneakers-sold-at-auctions/>.
- Santoso, B., & Sahetapy, W. L. (2019). *Pengaruh gaya hidup dan sikap terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada generasi Z di Surabaya*. AGORA, 7(2).
- Sari, M., & Surachman. (2019). *Pengaruh Hedonic Lifestyle terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 17(4), 621–629.
- Seftiana, S., Mumfatiah, P., & Putri, A. Y. (2023). *Analisis Gaya Hidup Hedonisme pada Impulse Buying Perspektif Psikologi Uang (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*. Repository UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Statista. (2023). *Air Jordan: Most valuable sneaker*. Diakses 12 Oktober 2025, dari <https://www.statista.com/chart/29726/most-expensive-sneakers-sold-at-auctions/>.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiono, R. P., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen sepatu Nike di Surabaya.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung. (2020). *The Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado*. Jurnal EMBA, 8(4), 90–99.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., & Kinanti, D. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*. Owner, 7(1), 656–671.
- Wells, W. D., & Tigert, D. J. (1971). *Activities, interests and opinions*. *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27–35.
- Wijayanti, T. W., Alfiani, A., Ayunda, P., Istiqomah, D., & Widodasih, R. R. W. K. (2024). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sepatu Nike di tengah kontroversi Israel (studi pada konsumen di Kota Bekasi).