

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, W. A. A., Putra, F., Saputera, D., Novitasari, D., & Jainuri, J. (2023). Online Shop Purchase Decision: *How Do Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth (EWOM), and Lifestyle Affect*. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(1), 253-261.
- Antonia, Wina dan Harrie Lutfie. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Electronic Word of Mouth Melalui Media Beauty Vlog Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik La Tulipe Cosmetics Pada Tahun 2018. *eE-proceeding of Applied Scienc*. Vol.4, Nomor 2, Agustus 2018.
- Arikunto, Suharsini. 2014. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayu Safika Dewi, Titik Inayati, & Mohamad Johan Efendi. (2022). Pengaruh *Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202– 209.
- Basri, N. A. M. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). *Effect of word of mouth communication on consumer purchase decision: Malay upscale restaurant*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 324-331.
- Chaterina, I. (2016). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'Chick. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 339–348.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*, (Yogyakarta: *Center of Academic Publishing Service*, 2013).
- Hartono, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media (Instagram) Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok taya. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 167–184.
- Jayanti, Suci Etri. (2020). Pengaruh gaya hidup dan word of mouth terhadap keputusan pembelian parfum isi ulang N2N. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* Vol 01 (No. 2) 103-108.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P dan G. Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Damos Sihombing: Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Ningsih, D. N., & Hidayat, C. W. (2017). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi *Word of Mouth*. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 6(1), 1–6.
- Pamungkas, B. aji. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Komunikasi*, 10(2), 145– 160.
- Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–17.
- Silvya, L. (2009). *Word of Mouth*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko, “Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang),” *Jurnal Administrasi Bisnis* 5, no. 1 (2016):
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyuningtyas, Y. E. & P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–18.

