

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Andy Putra Bali, I. N., & Sri Darma, G. (2019). Menguji Kesiapan Pengelolaan Desa Berbasis Manajemen Modern Guna Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 1. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i2.2037>
- Angelina Darma, L., & Japariato, E. (2014). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.80-89>
- Anggraini, Y. P., & Fikry, Z. (2023). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Keputusan Pembelian Produk Iphone Second Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22512–22518.
- Azizah, U. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib (Survei Pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga)*. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2020.
- Cahya, E., & Harti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–15.
- Chaney, D. (2013). *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Corey;gerald. (2012). *Teori dan Praktek Konseling & Psikoterapi*. Terjemah E. Koswara. Bandung: Refika Aditama.
- Darma, G. S. (2019). *Kacamata media, kesuksesan bersyarat*. Pustaka Larasan, 2019. https://books.google.com/books/about/Kacamata_media_kesuksesan_bersyarat.html?id=HkgHywEACAAJ
- Dewojati, C. (2010). *Wacana Hedonisme dalam Sastra Populer Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Nur Arifah, D. (2022). Analisis pengaruh digital marketing, hedonisme dan brand equity terhadap purchase decision smartphone iphone di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 397–405. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11272>

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi 5)*. Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek di Surabaya (studi pada pembelian barang mewah). *E-Journal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1–11.
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Guritno, A. L. (2018). Adaptasi Sosial Mahasiswa Rantau Jakarta Dalam Dunia Hiburan Malam (Studi Deskriptif Tentang Adaptasi Sosial Mahasiswa Rantau Jakarta Dalam Dunia Hiburan Malam. *Jurnal Sosiologi*, 1–9. <http://lib.unair.ac.id>
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Smp Negeri 5. *Humanistik'45*. <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/humanistik/article/view/182%0Ahttps://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/humanistik/article/download/182/167>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=1641>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* (15th ed.). Boston: Pearson Education.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75. <https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>
- Mandak, T. E., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2021). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado.” *Productivity*, 2(3), 203–207.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>

- Novarianto, A. F., Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019). Pengaruh Point of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di Carrefour Tamini Square. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.37535/101006120195>
- Paranoan, N., & Palalangan, Carolus Askikarno Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Produk Kuliner Di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan Âxâ. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(1), 10–17. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1458/1327>
- Poluan, J., Lumintang, G., & Untu, V. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 671–681.
- Puspita, A., & Ratnanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1). <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2101/1777>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Rahayu, M., & Suranto, S. (2019). Strategi pemasaran digital Narapati Indah Syariah Hotel Convention Bandung. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5), 498–509. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/16384>
- Rahayu, S., Zuhriyah, & Bonita, S. (2015). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI KOTA PALEMBANG. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13.
- Rahmah, A. N., & Setiowati, E. A. (2019). Hubungan Antara Penyesuaian Sosial Dengan Keputusan Pembelian Barang Bermerek Pada Remaja Putri Di Semarang. *Proyeksi*, 14(1), 94. <https://doi.org/10.30659/jp.14.1.94-103>
- Rizaty, A. M. (2022). Didorong Kenaikan Penjualan iPhone, Apple Raih Pendapatan Rp1.772 triliun pada kuartal I 2022.
- Saliem, O. A. (2020). Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Labelisasi Halal Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Muslim Pada Fast Food di Indonesia. (Fakultas

Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN RIL, 2020.

- Sari, N. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Korean Cake (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 4(1), 77–83. https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/107521%0Ahttps://eprints.ums.ac.id/107521/12/NASKAH_PUBLIKASII.pdf
- Setiawan, D., & Psikologi, J. (2012). *Journal of Social and Industrial Psychology GAYA HIDUP PUNKLUNG (STUDI KASUS PADA KOMUNITAS PUNKLUNG DI CICALENGKA, BANDUNG) Info Artikel*. 1(2), 28–33. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Somantri, B., & Afrianka, R. (2020). pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Iphone (studi kasus pada siswa dan siswi SMAN 3 kota Sukabumi). *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 3(1), 1–10.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*.
- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9106–9110.
- Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *Jurnal Hasil Riset*.
- Utami, M.Sc, A. A., Zahrudin, Z., & Ramadhanti, S. (2020). Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ojek Online Pt Go-Jek Indonesia. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(2), 137. <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i2.5249>
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232–243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>
- Wulandari, D. S., Huda, N., & Albushairi, S. A. (2017). Pengaruh Faktor Lingkungan, Psikologis dan Individu Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emasdi Kota Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(2), 162–178. <http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/107>
- Zidane, M. (2022). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 1–53.