

DAFTAR PUSTAKA

- Alshabiyah, T. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 70(1).
- Amin, A., & Yanti, R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 1-14.
- Amiyani, R., & Widjajanti, J. (2019). Self-Confidence and Mathematics Achievement Using Guided Discovery Learning In Scientific Approach. *Journal of Physics: Conference Series*, 1157(2019), 1-6.
- Andriani, M. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Lifestyle Terhadap Buying Decision Iphone Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis [JIMEIS]*, 4 (2), 111-121.
- Anjaswati, D., & Istiyanto, B. (2023). Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya. *JREA: Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi* , 1(2), 51-61.
- Ardhika , R. Z., & Suharyati. (2023). Pengaruh E-WOM, Atmosfer Cafe, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cilalula Coffee Pamulang. *Journal of Young Entrepreneurs* , 2(4), 71-87.
- Ardhika, R., & Suharyati. (2023). Pengaruh E-WOM, Atmosfer Cafe, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cilalula Coffee Pernalang. *Journal of Young Entrepreneurs* , 2(4), 71-87.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fianov, R., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Forestthree Bukittinggi. *Filgap In Management and Tourism* , 2(1), 120-126.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handiyani, N., & Kusyana, D. (2022). Apakah Keputusan Pembelian Konsumen Akan Meningkatkan Karena eWOM dan Gaya Hidup? *Widya Amirta: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 767-778.
- Indrasari, D. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irmaya, A., & Sirait, S. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Citra Shipyard Batam. *Jurnal BENING Prodi Manajemen*, 4(2), 2-21.
- Islamiati, S., Darpito, S., & Utomo, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 41-52.
- Jeong, E., & Jang, S. (2011). Restaurant Experience Triggering Positive Electronic Word Of Mouth (eWOM) Motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356-366.
- Khanta, F., & Srinuan, C. (2019). The Relationships Between Marketing Mix, Brand Equity, Lifestyle and Attitude on a Consumer's Private Product Brand Purchasing Decision. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5).
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tian, C. T. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Edisi 1. Jilid 2. Yogyakarta: Andy.
- Kusumawati, M. (2015). *Penelitian Pendidikan Penjasorkes*. Bandung : Alfabeta.
- Laksono, D., & Iskandar, D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan*

Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 3(2), 155-164.

- Lin, C., Wu, Y.-S., & Chen, J.-C. V. (2013). Electronic Word Of Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image. *International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, 3, 29-47.
- Lomi, A. G., & Bessie, J. L. (2016). Pengaruh eWOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) Pada Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Of Management* , 2(1), 29-58.
- Maney, K. L., & Mathews, S. (2021). A Study of the Impact of Lifestyle on Consumer Purchase Decision of Young Indians. *AIMS International Journal of Management*, 15(2), 89-99.
- Marwah, S., Suharto, A., & Diansari, T. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta. Diakses tanggal 3 Januari 2023, dari <https://repository.unmuhjember.ac.id/8163/1/JURNAL.pdf>.
- Nguyen, N.-L., Tran, T.-T., & Vo, M.-P. (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smarthphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3).
- Pangestu, S., & Suryoko, D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 519-530.
- Pebrianti, W., Arweni, & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial* , 11(1), 48-56.
- Pranata, B. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Dan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Produk "Kapal Api" Di Kec. Ngadiluwih Kab. Kediri. 1(3), 1-20.
- Praptiningsih, N. A. (2020). *Adaptasi Digital Masyarakat Di Era Wabah Pandemi Covid 19 Menuju New Normal Melalui Electronic Word Of Mouth (e-WoM)*. Jakarta: Al-Wasiat Publishing House.
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puranda, N., & Madiawati, P. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Bisnis dan Iptek*, 10(1), 25-36.
- Putra, I. K., Sadiartha, A. G., & Susanti, P. H. (2024). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Konsumen Anomali Coffee di Ubud Gianyar). *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(2), 293-301.
- Qalby, N., Arisman, A., & Pauzy, D. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 84-98.
- Rohman, M., & Pramesti, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19. *Borobudur Management Review*, 2(2), 190-205.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi SPSS*. Andi: Yogyakarta
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Prespektif Perilaku Konsumen dan Markting Plan*. Jakarta: PT.Ghalia Indonesia.
- Sudirman, H. A., Sartika, D., Anindita, M., & Anshari, R. (2023). The Role of Brand Experience and E- Wom on Purchase Decision. *International Journal Of Research In Business And Social Science*, 12 (4), 572-577.

- Swastha, Basu, & Hani, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Truong, G., & Nguyen, P. M. (n.d.). How Perceived Risk and Suspicion Moderates the Relationship Between Information Source, eWOM, and Purchasing Decision. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management* , 13(1).
- Wibowo, A., Suseno, E., & Riyadi, H. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang). *Jurnal Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 2(8).
- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 119–136.
- Widhiarso, W. (2010). *Membuat Kategori Skor Hasil Pengukuran dari Skala*. Fakultas Psikologi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Widyartono, A. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Di Dalam Trust dan Perceived Value Terhadap E-WOM Pada Situs Belanja Online Di Kota Palembang. *MODUS*, 32(1), 1-14.
- Yangklun, S., Ketkaew, T., Wongwandee, S., Phacharoen, S., & Dansiri, W. (2022). Factors of Micro Influencers Affecting Purchase Decision of Millennial Consumers via Electronic Word Of Mouth (e-WOM). *UBRU International Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 2(1).