

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Agustina, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan *Social Media Marketing* Terhadap Niat Beli (Studi pada followers @herbalifeindonesiaofficial). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(1).
- Anggraini, F. N., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mc Donald's di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga, Vol 8 No 3 tahun 2020*, 8.
- Darna, N., Herlina, E., Tetap, D., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Ciamis, G. (2018). Memilih metode penelitian yang tepat bagi penelitian bidang ilmu manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(April), 287–292.
- Durianto, D. S. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Foster, B. (2016). Impact of *Brand image* on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). volume 2, 11 pages.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Milenial Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Herawati 1*, S. D. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality and Price Through Purchase Motivation*, JEE 8 (1) 2019 : 1 - 11.
- Idris, F., & Idris, I. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kim, M., Kim, J., & Kim, M. (2018). Linking marketing mix elements to passion-driven behavior toward a brand Evidence from the foodservice industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management Linking*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0630>
- Kosyu, D. A., Kadarisma, H., & Abdillah, Y. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying. *bisnis dan manajemen*.
- Kongsompong, K., Green, R. T., & Patterson, P. G. (2009). Collectivism and social influence in the buying decision : A four-country study of inter- and

- intra-national differences. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17(3), 142–149. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2009.05.013>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2011). *Marketing Management* (14 edition). Upper Saddle River: N.J: Pearson.k.
- Lange, P. A. M. Van, Rusbult, C. E., Drigotas, S. M., Arriaga, X. B., & Witcher, B. S. (1997). Willingness to Sacrifice in Close Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(6), 1373–1395.
- Lin, L., & Chen, Y. (2009). A study on the influence of purchase intentions on repurchase decisions: the moderating effects of reference groups and perceived risks. *Tourism Review*, 64(3), 28–48. <https://doi.org/10.1108/16605370910988818>
- Marati, N. C. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3), 1–12.
- Marchall, M. M. (2015). Pengaruh Brand Equity, Store Atmosphere dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashionable.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Mulyadi, D., & Tuwisma. (2020). Pengaruh Pemasaran melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk INTERNASIONAL. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 8 no. 2.
- Our, R. A.-D., Hammdan, F., & Our, H. A.-D. (2017). The Effects of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Journal of Social Science* , Vol. 13, No. 11.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). *Jurnal manajemen*. 5, 45–52.
- Perengkuan Valentine, Tumbel Altje, W. R. (2014). Analisis pengaruh brand image dan celebrity endorsment terhadap keputusan pembelian produk shampo Head and Shoulders di 24 mart Manado. *Jurnal Emba*, 2(3), 1792–1802.
- Pertiwi , R. (2020, Januari). Pengaruh Kecintaan Merek (Brand Love) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Skripsi*.
- Pramudi, R. Y. (2015, september 26). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal.
- Puspita, D. A., & Ardy. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.

Sekaran, uma. (2010). *Research Methods for Business*.

Shehzad, U., Ahmad, S., Iqbal, K., Nawaz, M., & Usman, S. (2014). Influence of brand name on consumer choice & decision. *Journal of Business and Management*, 16(6), 72-76.

Wiasuti, R. D., & Kimberlee, S. (2018, September). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri. *Jurnal Pariwisata, Vol.no 5 no. 2*.

Yasri; , Rahmiati; Sylvia, Devi;. (2019). Pengaruh Komunitas Merek dan Personalitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Oriflame Kota Padang. *Jurnal Manajemen BIsnis*.