

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 398-408.
- Alverina, D., & Syarif, R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta. *Journal IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 113-112.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (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.
- Anwar, M., & Andrian, D. (2021, January). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. In *4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)* (pp. 78-82). Atlantis Press.
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2021, March). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. In *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)* (pp. 127-135).
- Belanja di e-commerce transaksi paling banyak dilakukan anak muda *Katadata.co.id*. (n.d.). Katadata. Retrieved February 26, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/02/belanja-di-e-commerce-transaksi-paling-banyak-dilakukan-anak-muda>
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48-64.
- Kotler, P. & Keller, Kevin L. (2016) *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. 17 Edition Global Edition. Pearson Harlow
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. *Com. Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.

- 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).
- Mukaromah, A. L., Teja, I. G. N. A. E., & Anggraini, N. P. N. (2019). The effect of green marketing, brand awareness and price perception on purchase decision. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 4(3), 75-83.
- Mukuan, D. D., Tendean, V. S., & Tampi, J. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 4(1), 61-67.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44-57.
- Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. (2019). The effect of store atmosphere, social media marketing, and lifestyle on purchase decisions on consumers of the Alleyway café. *European Journal of Management and Marketing Studies*.
- Putri, A. V., & Bambang (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 835-850.
- Riset: *Belanja Online Indonesia Tumbuh 3,7 Kali Lipat di 2025 - E-commerce Katadata.co.id*. (n.d.). Katadata. Retrieved February 26, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Sari, R. Y., & Elsandra, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Market Place. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 106-117.
- Sekarwati, N., & Chandra, A. R. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah. *ABEC Indonesia*, 54-60.
- Sugiyono. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.

- Wicaksono, A. D., Wijayanto, A., & Dewi, R. S. (2023). Pengaruh Athlete Endorsement, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aza Dimoderasi Sport Involvement Halaman Sampul. *Modus*, 35(1).
- Wulansari, A. D., & Setiawan, M. B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Pengguna Iphone Di Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 338-348.