

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Social Dan Wowrd Of Mouh Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer. *Jurnal manajemen dan bisnis (JMB)*, 1(2), 11 – 12.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basrah. (2019). Pengaruh Kualitas Prduk Dan Kualitasa Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada *Ranch Market*. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(1),97 – 102.
- Dessy. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Mahasiswa – Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Methodist Medan*, 3(1),90 – 111.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Intan, S. (2019). Pengaruh Citra Merk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3) 28 – 34.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H dan Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Word of mouth, Electroncik Word of mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *ETTISAL*. 5(2)
- Kara. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Elevenia Di Bbm Grup Terhdap Minat Beli Mahasiswa, *Jurnal Ilmu Social dan Politik*, Vol.5(1), 47 – 48.
- Kasali, R. (2001). *Membidik Pasar Internasional Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi Pertama*. Jakarta: Penerbit salemba empat.
- Kotler, P. dan A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraheni, P. N. A (2009). Perbedaan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja ditinjau dari lokasi tempat tinggal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manejemen*, 12(2),5 – 7.
- Mediti, O. C. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 8(4).
- Nurhayati,S. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Melalui Penguatan Manajemen, Pemasaran, Dan Keuangan Industry Kreatif Kerajinan Mebel Ekspor Di Kabupaten Klaten. *Jurnal Ilmiah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Seminar IENACO, 2337 – 4349.
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417– 1428. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/9876/pdf>
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Local. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manejemen*, 15(2), 280 – 297.
- Rahma, W., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1). ejournal.unp.ac.id
- Siska. (2020). Perilaku Social Jual Beli Online Di Komunitas Mahasiswa Tinjauang Teori Pertukaran Social. *Jurnal Universitas Tanjungpura Pontianak*, vol.3(4), 4 – 7.

- Sofjan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: graha ilmu
- Swastha, Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wardah, N.A dan Harti. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin di Shopee. *MANDRA : Management Development and Applied Research Journal*. 4(1)
- Wullur, M. P & Djawoto, D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merk, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 18(1).