

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsabiyah, T. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse)*. Universitas Brawijaya.
- Edwin Japarianto (2020). *Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada E-commerce Shopee*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 14 No. 1
- Fatharani, A. P., & Hidayat, A. M. (2023). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Iklan Terhadap Minat Beli Grabfood Kota Bogor ( Studi Pada Konsumen GrabFood Kota Bogor ) The Effect Of Sales Promotion And Advertisement On Interest To Buy Grabfood In Bogor ( Study on Bogor City GrabFood Consumers )*. *10(1)*, 333–339.
- Fatihudin, & Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa. Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding*. Denokan Pustaka.
- Hartono, Y., & Mathori, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kuliner Pada Grabfood Tahun 2020 (Studi kasus pada pelanggan grabfood di kota Yogyakarta)*. STIE Widya Wiwaha.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrawati, F. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*

Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Cincau Station Surabaya. *AGORA*, 6(2), 1–5.

Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran*. Unpam Press.

Kamanda, S. V. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Sanford ( Studi Pada Pelanggan Sinar Mart Jalan R Soeprpto Batam). *Jurnal As-Said*, 1(1), 19–25.

Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26.

Khuong, M. N., & Tran, N. T. H. (2018). The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention — An Empirical Study of Phuc Long’s Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8–13.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12* (Alih Bahas). Erlangga.

Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145–154.

Maulana Reza Muhammad (2019) .*Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Minat beli Melalui citra merek dan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening (studi Pada Smartphone Apple di Yogyakarta)*.

Mayasari, H., & Patmawati. (2019). Pengaruh Iklan Internet , Celebrity Endorder dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli pada Shopee di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, VOL. 10 NO, 1–10.

Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*

(*JPTN*), 8(2), 882–888.

Muhammad Rizky Irza Fachruddin .(2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kesadaran Halal terhadap Minat Beli Produk Fashion Era Normal (Studi kasus Masyarakat Surabaya) *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 5 No. 3

Nabila Ghiffari Annisa (2022). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Minat Beli dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (pada pengguna Shopee di Surabaya)*.

Pangastuti, R. L. (2017). The Influence of Experiential Marketing And Service Quality For being Reasonability of Customers Loyalty Forming (Case Study of Beauty Saloon of London Beauty Center “ LBC”). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(2), 198–213.

Prakosa, G. A., Ciptomulyono, U., & Achmadi, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna KASMDI KBS. *Bisma*, 11(3), 283–296.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta.

Purwati, A. A., Yusrizal, Y., & Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36.

Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318.

Salim, & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.

Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 474. 3

- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of Pt. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. *DIJEMSS*, 1(6), 945–967.
- Tanjung, M. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah Pada Perumahan Villa Triviona Di PT. Aek Nauli Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Widhiarso, W. (2010). *Uji Linieritas Hubungan*.