

DAFTAR RUJUKAN

- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ardiyana, Maulida dan Maskur. A. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi pada Remaja Muslimah di Kota Semarang)”. *Jurnal of Management and Business*, Volume 5, Nomor 2 (hlm.93-103).
- Baihaqi, Paqih, dkk. (2021). “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone”. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 4, Nomor 1 (hlm.76-83).
- Compas. 2022. “10 Brand Skincare Terlaris di E-Commerce”. Tersedia pada: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> (diakses pada 14 Juni 2023).
- DataIndonesia. 2023. “Ini Sederet Hal yang Buat Perempuan Indonesia Tak Percaya Diri”. Tersedia pada: <https://dataindonesia.id/varia/detail/ini-sederet-hal-yang-buat-perempuan-indonesia-tak-percaya-diri> (diakses pada 30 Januari 2023).
- Engel, Blackwell dan Miniard. 2001. *Consumer Behavior Edisi 9*. Hartcourt: Orlando.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, D. P., dkk. (2023). “Pengaruh Faktor Sikap, Gaya Hidup, Budaya, Kelompok Acuan, Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cokelat Premium di Won.dis Cokelat”. *Agrisociabus*, Volume 2, Nomor 2, (hlm.21-29).
- Hartuti, E. T. K., dkk. (2022). “Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah”. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Volume 5, Nomor 4, ISSN: 1144-1149.

- Humaniora. 2023. “Tren Perawatan Tubuh 2023 Didominasi Produk Pelindung Skin Barrier”. Tersedia pada: <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/554087/tren-perawatan-tubuh-2023-didominasi-produk-pelindung-skin-barrier> (diakses pada 14 Juni 2023).
- Huzangi, Ahmad dan P. B. Astuti. (2020). “Pengaruh Word of Mouth, Kelompok Acuan, dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, Volume 2, Nomor 6 (hlm.910-926).
- Ivan. (2019). “Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Tan Authentic”. *Jurnal Agora*, Volume 7, Nomor 2.
- Kambey, J. F., dkk. (2022). “Pengaruh Citra Merek, Kelompok Acuan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indihome di PT. Telkom Tomohon”. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Volume 10, Nomor 1 (hlm.879-890).
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kelima Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Maradita, Fendy, dan R. M. Rizqi. (2022). “Yamaha Nmax Motorcycles Purchase Decisions in The Sumbawa District: Effects of Product Design, Lifestyle, And Reference Groups”. *Jurnal Iconic Research and Engineering*. Volume 5, Nomor 12, ISSN: 2461-0593.
- Mendey, S. L. (2009). “Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 6 Nomor 1 (hlm.92-100).
- Mirwanto, S. (2019). Analisis Gaya Hidup dan Informasi terhadap Sikap dan Minat Mengunjungi Museum. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Miswanto, Muslim, dkk. (2019). The Effect of Brand Image, Brand Trust and Reference Group on The Buying Decision of Sneakers. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, Volume 1, Nomor 2 (hlm.105-118).
- Mongisidi, S. J., dkk. (2019). “Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square)”. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Volume 7, Nomor 3, ISSN: 1174-2303.

- Montolalu, N. A., dkk. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital”. *Productivity*, Volume 2, Nomor 4 (hlm.272–275).
- Munandar. (2017). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi Espresso”. *Jurnal Visioner dan Strategis*, Volume 6, Nomor 1 (hlm.1–9).
- Muttamimah, Nurul, dkk. (2022). “Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Dampit)”. *Jurnal Riset Manajemen*, Volume 12, Nomor 1 (hlm.93–107).
- Naomi. 2022. “Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), Tumbuh Pesat Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat”. Tersedia pada: <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> (diakses pada 14 Juni 2023).
- Nugraheni, P.N.A. 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Nurudin. (2023). “Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, Volume 2, Nomor 1 (hlm.1-14).
- Pratiwi, Bela dan Dwijayanti, R. (2022). “Pengaruh Kelompok Acuan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung)”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 9, Nomor 3 (hlm.1501-1511).
- Purba, S. P. S., dkk. (2021). “Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko BK Pematangsiantar”. *Strategic: Journal of Management Sciences*, Volume 1, Nomor 1 (hlm.47-58).
- Safira, Dina, dkk. (2022). “Analisis Gaya Hidup, Persepsi dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, Volume 14, Nomor 2 (hlm.77-92).
- Samsuddin, Ardian dan Putri, S. A. M. (2023). “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal”. *Jurnal Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Islam*. Volume 1, Nomor 1 (hlm.13-23).
- Schiffman, Leon dan L. L. Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen, Edisi Ke-7*. Jakarta: PT Indeks.

- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Somad. R., dan D. J. Priansa. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2007. *Metodelogi Penelitian Bisnis Edisi X*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supardin, Lalu. (2022). “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JEMBA)*, Volume 1, Nomor 1 (hlm.71-82).
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

