

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. 2022. "Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian." *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83–90.
- Alsabiyah, T. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 70(No. 1).
- 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.
- Andini, S.N. 2024. "Sunscreen Facetology Terus Bersinar, Menempati Posisi Kedua sebagai Sunscreen Terlaris dengan Penjualan Rp50 Miliar di Q1 2024". *Compas.co.id*. Tersedia pada <https://compas.co.id/article/sunscreen-facetology-menempati-posisi-sunscreen-terlaris/>.
- Anggraini, A. R., & Hadi, M. 2023. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Terpadu Bandung". *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 9 No 1, 179–185.
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. 2022. "Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo". *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 344–358.
- Azzahra, A., & MH Nainggolan, B. 2022. "Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya". *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481–496.
- Chin, W. W. 1998. "The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Mo- deling". *Modern Methods for Business Research*, 295, 336.
- Anjaswati, D.P., & Budi, I. 2023. "Pengaruh Brand Trust, E-wom, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Solo Raya". *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 51–61.
- Ernawati. 2022. "Pengaruh *Lifestyle* dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Nmax di Kota Bima". *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*. Vol 4, No 2, November 2022, Hal 556–560.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

- Faulina, T., & Susanti, F. 2023. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Bintang Ponsel Padang". *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 560–578.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard L, Bergeron J, & Marticotte F. 2010. "e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-services Context". *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 27 (1): 5-23.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Listanti, A. M., Sintani, L., & Harinie, L. T. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee". *Jurnal Sains Manajemen*, 48–56.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 2002. *Akuntansi manajemen*. Edisi ke 5. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Muhamad, N. 2024. "Jenis Produk Kecantikan Terlaris di E-Commerce Indonesia Semester I 2024". *Katadata.co.id*. Tersedia pada <https://databoks.katadata.co.id/produkkonsumen/statistik/66f136956ab4d/jenis-produk-kecantikan-terlaris-di-e-commerce-indonesia-semester-i-2024>.
- Muhamad, N. 2024. "Jenis Produk Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Indonesia Januari-September 2024". *Katadata.co.id*. Tersedia pada <https://databoks.katadata.co.id/produkkonsumen/statistik/670cbc236241f/jenis-produk-perawatan-wajah-terlaris-di-e-commerce-indonesia-januari-september-2024>.
- Nur Islamiati, S. A., Darpito, S. H., & Utomo, H. 2023. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Duckbill". *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 41–52.

- Priansa, D. J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Rusdiana, A., L Suparto, D. I.. 2023. "Dapatkah Altruism Mendorong Konsumen Untuk Melakukan e-WOM?". *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka Published. 4, 180–191.
- Salsabilah, R., Siti, K. H., & Shafiera, L. 2024. "Pengaruh Frugal Living, Harga dan E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee". *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1220–1230.
- Saputri, C., Nurtantiono,A. 2024. "Pengaruh E-WOM, Endorser Influencer, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Live Streaming TikTok Di Kabupaten Boyolali". *Edunomika – Vol. 08, No. 02*.
- Sasi, K., Azizah, N., Murdiyanto, E., Munawaroh, N. A., Jauhari, A., & Kadiri, U. I. 2024. "Pengaruh Promosi Media Sosial, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Teras Bapak Papar Kediri". *Neraca Manajemen, Ekonomi*.8(8).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. 2016. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 2. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Shofiia, I., Murtiyanto, R. K., Malang, P. N., & Malang, K. 2025. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk The Originote Pada Mahasiswa Kota Malang)". *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(2).
- Sugiyono. 2022. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tammu, R. G., & Palimbong, S. M. 2022. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembeli Online Melalui Shopee". *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 433–438.
- Thurau, H., Gwinner, K.P.,Walsh, G., Dan Gremier, D,D. 2004. “Electronic Word Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motives Consumers To Articulate Themselves On The Intenet?”. *Journal Of Interactive Marketing*, Vol 18, No.1,39.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wacono, T. D., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. 2021. "Pengaruh E-WoM, Peer Group dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Filosofi Kopi Jogja". *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 6(1), 1–14.

Waluyo, D., & Ratna, N. 2024. "Pasar Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen, Peluang IKM Berinovasi". *Indonesia.go.id*. Tersedia pada <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8516/pasar-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi?lang=1>.

Yudiaatmaja, F. 2013. *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistika SPSS*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

