

DAFTAR RUJUKAN

- A. T Lubis, Irawati N, & Sembiring B. K F. 2020. The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe Meda. *International Journal of Research and Review*, 7(February), 32–40.
- Agustina, E. D., Ilmu, F., Politik, I., Ngawi, U. S., & Cepu, J. 2020. *Pengaruh Life Style , Brand image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Ngawi*. 9, 18–21.
- Aprillia, D. R., & Mustofa, R. H. 2022. *The Influence of Lifestyle and Product Attractiveness on Purchasing Decisions at Coffee Shop in Blora Regency. Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 655(Icoebs), 15–24. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.003>
- Awalludin, A., & Meliantari, D. 2023. *PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA , DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMART TV MEREK SHARP (Studi Kasus Pada Konsumen SMART TV Sharp di Kota Bekasi) Corresponding author *: Contact : 2(5)*, 169–178.
- Dirwan, & Firman, A. 2023. The Impact of *Brand image* and Product Quality on Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 266–277. <https://doi.org/10.33096/jmb.v10i1.514>
- Ekonomi, F., Unisma, B., Prayitno, A., Rachma, N., & Budi Primanto, A. (n.d.). *e- Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Brand image, Lifestyle Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Gorilla Market Bululawang)*.
- Fahira, L., & Syahputra. 2021. Pengaruh *Brand image* dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Cold’ N Brew. *JIMEA/Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 2387–2397.
- Finthariasari, M. F., Ratnawili, R., & Halim, N. 2022. Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And *Brand image*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 661–672. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2224>
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gottman, J. M., Coan, J., Carrere, S., Swanson, C., Gottman, J. M., Coan, J., Carrere, S., & Swanson, C. (20M). Predicting Marital Happiness and Stability from Newlywed Interactions Published by: National Council on Family Relations Predicting Marital Happiness and Stability from Newlywed Interactions. *Journal of Marriage and Family*, 60(1), 5–22.

- Gunawan. 2020. Pengaruh Promosi Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 310–317. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28097>
- Husna, F., Maulina, E., & Hakim, R. M. A. 2024. PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Tekun Jatinangor). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 902. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1095>
- Husna, R. 2022. Pengaruh Brand Ambassador dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Purwokerto). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Iskandar, I., Faridatunnissa, D., & Wachjuni, W. 2023. Pengaruh *Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Content Marketing Sebagai Variabel Intervening*. *Prosiding*, 6681(6), 620–630. <https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/download/492/465>
- Janudin, J., & Warasto, H. N. 2024. the Influence of *Lifestyle, Brand image, Country of Origin* on Purchasing Decisions With Product Quality As Intervening. *International Journal Multidisciplinary Science*, 3(2), 76–86. <https://doi.org/10.56127/ijml.v3i2.1304>
- Jurkiewicz, C. L. 2020. *Generation X and the public employee*. *Public Personnel Management*, 29(1), 55–74. <https://doi.org/10.1177/009102600002900105>
- Karta, N. L. P. A., Saptawati, N. K. A., Suarthana, I. K. P., & Wardani, R. A. R. K. 2023. How do *Brand image* and Service Quality Influence Tourist Buying Decisions and Satisfaction at Puri Saron Madangan Hotel, Bali, Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 8(6), 87–93. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.6.2178>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. 2020. *Strategic Brand Management, 5th edn, Hoboken*.
- Khanif Varidah, Kristiningsih, Phonny Aditiawan Mulyana, M. A. D. 2023. *PENGARUH WORD OF MOUTH, LIFESTYLE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOMUNITAS RED KOFFIEE ARMINA DAILY*. 2(2), 165–178.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2012. *Marketing An Introduction*. (2012, Paperback, Revised) . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2018. *Principles of Marketing (17th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2006. *Marketing Management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, dan Keller, K. L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Litra Diantara. 2021. Keputusan Pembelian Smart Tv Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk Dan Promosi Di Tam Elektronik Bangkinang Kota Litra Diantara. *Journal Of Islamic Manajemen Applied*, 2021(1), 1–12.
- Lusianto, K. S. 2024. the Influence of *Brand image*, *Lifestyle*, Promotion and Price on Oppo Mobile Phone Purchase Decisions At Anugerah Karya Abadi Kediri Store. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(1), 91–106. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i1.53735>
- Monginsidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. 2019. Pengaruh *Lifestyle* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect of *Lifestyle* and Price on the Decision of Purchase of Nike Shoes (Case Study of Manado Town Square). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949–2958.
- Muhamad Surya, Y. P. H. 2022. *Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Harga, dan citra Merek terhadap Keputusan pembelian di Paul Bakery Restaurant*. 1–9.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 2020. *Consumer Behavior* (7th ed.). Pearson.
- Narvatinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. 2023. *PENGARUH BRAND IMAGE , HARGA DAN FASHION LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI THRIFT SHOP ONLINE DI KOTA MAKASSAR (STUDI PADA KONSUMEN @ THRIFTBUY . ME KOTA*. 12(1), 13–22.
- Nurcaya, I. N. 2020. Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. Matrik: *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(1), 54. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Pelupessy, M. M., Turukay, E., Tanmelay, N., Ekonomi, F., & Pattimura, U. 2023. *Lifestyle , Word of Mouth dan Brand image sebagai Anteseden Keputusan Pembelian Produk*. 7, 4831–4844.
- Pradita, P. D., & Wijayanto, A. 2024. *KEPUTUSAN PEMBELIAN SMART PHONE SAMSUNG DI SAMSUNG STORE Pendahuluan*. 13(1), 109–117.
- Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. 2021, November. *Pengaruh konsep diri, kelompok teman sebaya, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dimoderasi literasi keuangan*. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 402-419).
- Putri Jamila, S. S. 2022. *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON PURCHASE*. 6(1), 9–19. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1647>
- Rizki Amelia, S. S. 2022. 1 , 2 1. 8(June), 314–322.

- Safitri, A. N., & Basiya, R. 2022. Pengaruh *Brand image*, *Lifestyle*, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. YUME : *Journal of Management*, 5(2), 450–458. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3463>
- Setiadi, N. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, N. 2020. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, N. 2021. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Dasar-dasar Kebijakan Publik (Kajian Proses dan Analisis Kebijakan)*. Yogyakarta: UNY Press
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. 2018. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutisna, E. 2010. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2 (2 Ed.)*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2016. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2018 *Strategi Pemasaran*. 3rd edn. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ubay, N. N. 2023. Pengaruh Pemasaran Digital , Citra Merek , dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih Coffee Shop di Yogyakarta Nasa Nurul Ubay. 1(4).
- Yusuf, M., Said, M., Nurhilalia, N., & Yusuf, Y. Y. 2022. *The effect of brand image, price, service, product quality and promotion on consumer buying decisions for car purchases: A case study of Bosowa Berlian Motor Inc. in Makassar. Applied Marketing Analytics*, 7(3), 260–275. <https://doi.org/10.69554/ipzy6478>
- Zhang, S., & Luo, Q. 2019. *Review of Brand Image Study*. 94(Jahp), 77–80. <https://doi.org/10.2991/jahp-19.2019.19>