

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmadi. (2020, Juli). Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, dan Gaya hidup terhadap Perilaku Pembelian Implusif. *Universitas Jambi, Indonesia, 1(2)*, 481-493.
- Amalia, S., & Kristianingsih, T. (2018, Juni). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Grabcar pada Aplikasi Grab (Studi pada Hijabers Community Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis, 4(1)*, 81-85.
- Anas, K., & Muhajirin . (2020, Juni). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Harga Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE), 1(2)*, 131-138.
- Anggraini, F. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald'S Di Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016-2019 Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(3)*, 992-998.
- Antara, & Prima, E. (2020, Juli 13). Survei Ungkap Puncak Aktivitas Internet saat Pandemi Covid-19. Dipetik Januari 27, 2021, dari Tempo.co: <https://tekno.tempo.co/amp1364414/survey-ungkap-puncak-aktivitas-internet-saat-pandemi-covid-19>
- Asman, N., & Apriliani , N. (2020, Juli). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sim Card Axis. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 5(7)*, 398-414.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dahmiri, Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020, April). Pengaruh Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu), 9(1)*, 15-22.
- Darojat, T. A. (2020, April). Effect of Product Quality, Brand Image and Life Style Against Buying Decision. *Journal of Management Science (JMAS), 3(2)*, 51-57.
- Diansyah, & Putera, R. M. (2017, Juli). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN, 32(1)*, 97-109.
- Ekasari, N., & Hartono, R. (2015, Juli). Pengaruh Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Laptop Appel. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, 1(1)*, 65-72.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi (1 ed.)*. Bandung: Alfa Beta.

- Fazrin, A. (2020, Mei). Pengguna Sportify Premium Kini Mencapai 130 Juta. Dipetik Mei 30, 2020, dari SELULAR.ID: <https://selular.id/2020/05/pengguna-spotify-premium-kini-mencapai-130-juta/amp/>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1 ed.). Surabaya: Deeppublish.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (IV ed.). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Google Play Store. (2020). Aplikasi Spotify Music. Dipetik Mei 30, 2020, dari [play.google.com](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.spotify.music):
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.spotify.music>
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2019, Juli). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada MerchantT Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *JIEB : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227-237.
- Jayani, D. H. (2020, Februari 26). Orang Indonesia Habiskan Hampir 8 Jam untuk Berinternet. Dipetik Mei 23, 2020, dari [databoks.katadata: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet)
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016, maret). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3), 1-24.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Global Edition* (16 ed.). England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (15 ed.). New Jersey: Pearson.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (I ed.). Jakarta: PT Intan Sejati Klaten.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Indonesia: PT Mancanan Jaya Cemerlang.
- Lubis, A. T., Irawati, N., & Fa, B. K. (2020). The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe, Medan. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 30-40.
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek, terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo. *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 57-63.
- Nasrul, C. P., & Yasri. (2019). A Literature Review on the Influence of Sales Promotion, Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, and Hedonic Shopping

- Motivation toward Unplanned Purchase. *Konferensi Internasional Padang ke-2 tentang Pendidikan, Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (PICEEBA-2 2018)*, 64, hal. 389-395.
- Netti, S. M., & Irwansyah . (2018, Juli). Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1-16.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Pertiwi, W. K. (2020, April 7). Aplikasi Musik Makin Populer, Spotify Masih Mendominasi. Dipetik Mei 31, 2020, dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2020/04/07/11050076/aplikasi-streaming-musik-makin-populer-spotify-masih-mendominasi>
- Purnama , S., Lie, D., Butarbutar, M., & Thressa, S. I. (2016, Juni). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Vario Techno Pada CV. Teknik Pematangsiantar. *Jurnal Maker*, 2(1), 74-82.
- Rahmah , H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)”. *Skripsi Prodi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (1 ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon , S. (2019, Januari). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerland City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881 – 890.
- Seprianto. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Di Kota Padang. *Jurnal Marketing*, 1(1), 68-74.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (revisi ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solihin, D. (2020, Juni). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan

Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 38-51.

Spotify. (2020, Juli 2020). *What Is Spotify*. Dipetik September 20, 2020, dari Support.Spotify: <https://support.spotify.com/us/article/what-is-spotify/>

Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019, maret). Influence Of Brand Image, Price and Promotion on Consumer's Buying Decision Of Fast Moving Consumer's Goods With Culture As A Moderating Variable In Basmallah Retail Store In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Techology Research*, 8(3), 85-92.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Bandung: Alfabeta.

Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020, April). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(1), 17-28.

Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (4 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.

Syahrum, & Salim. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (III ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

