

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmas, Denny, and Ahmad Tarmizi: "Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Instant Indomie." *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 4.2Bandung.
- Belajarpsikologi.com. (2008). Cara Mengatasi Penyakit <http://belajarpsikologi.com/cara-mengatasi-penyakit-malas/>.
- Dharmmesta, B. S dan Handoko, T.H. (2014). *Manajemen Pemasaran; Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh*. BPFE. Yogyakarta
- Fatimah, M. S. S. (2013). Menumbuhkan jiwa wirausaha muda dalam pembelajaran ekonomi. *Criksetra*, 3(4), 1-16.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ginting, Vera Santiana Br. "Pengaruh Gaya Hidup, *Word of mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Ngopi Serious Di Surakarta." *Jurnal Agrista* 5.1.
- Hasan, Ali. (2010). *Pemasaran dari Mulut-ke-Mulut*. Yogyakarta: Media Presindo
- Neolaka Amos, M.P, (2014), *Metode Penelitian dan Statistika*, PT Remaja Rosdakarya Offset
- Keren, Keren, and Sulistiono Sulistiono. "Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 7.3 (2019): 319-324.
- Mandey, Silvia L. 2009. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Analisis*. Vol 6 NO. 1-100 Ponorogo: Umpopress
- 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 Manajemen dan Bisnis*, 3(1).

- Rosita, R. (Mei 2020). Faktor yang mempengaruhi perilaku generasi milenial terhadap keputusan menggunakan aplikasi GRABFOOD. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol. 9 No 1
- Santoso, S. (2014). Penelitian Kuantitatif Metode Dan Langkah Pengolahan Data.
- Sari, Fanny Puspita, and Tri Yuniati. "Pengaruh harga citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5.6 (2016).
- Sernovitz, A. (2012). *Word of mouth* How Smart Companies Get People Talking. Greenleaf Book Group Press.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta Bandung.
- Suharto, (2016). "Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan" ISSN CETAK 1978 - 6573 / ISSN ONLINE 2477 - 300X DERIVATIF Vol.10
- Wijayanto, H., Sugianto, A., & Djuwitaningsih, E. W. (2022). Evaluation of the Success of the Digital Marketing Implementation of the Reyog Ponorogo Equipment with the Wijayanto Information's System Success Model Approach and Millennial Culture as a Moderating Variable. *Ekulibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(2), 149-157.