

DAFTAR PUSTAKA

- Agita Marsindi, & Sutopo Sutopo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada UD. Cindy Semarang. *Dharma Ekonomi*, 29(2), 77–90. <https://doi.org/10.59725/de.v29i2.52>
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(1), 406–413. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Amirullah, G. M. Q. (2021). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Elastisitas Harga terhadap Perilaku Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee Suncity Sidoarjo. *UBHARA Management Journal*, 1(2), 301–308.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Anggraeni, T. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorsement dan Price Discount terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk “Jims Honey” di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.*
- 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. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.63>
- Azmi, N. (2023). Pengaruh price discount dan bonus pack terhadap perilaku impulse buying. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 30–36.
- Azzizatul, P. (2022). *Pengaruh Product Design , Price Perception dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.* 1–6.

- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, F. L. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51–66.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75. https://scholar.google.com/scholar?q=Pengaruh+Citra+Merek,+Harga+Dan+Promosi+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Handphone+Merek+Oppo+Di+Sleman+Daerah+Istimewa+Yogyakarta&hl=id&as_sdt=0,5
- Cheesa Imaniar, Siti Asiyah, K. R. R. (2023). Analisis Pengaruh Price Discount, Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Brand Jims Honey. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1023–1032.
- Chusnah, K. T. I. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FINTECH. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 111–122.
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada produk sepatu merek Converse). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118–134.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 155–163. <https://docplayer.info/73636191-Pengaruh-diskon-terhadap-keputusan-pembelian-dan-kepuasan-pelanggan-bisnis-online.html>
- Dwi Agung Wicaksono, Hadi Sumarsono, A. S. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.242>

- Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 593–604.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* ((L. Fargot). SAGE Publications.
- Handrian, N., & Soliha, E. (2022). Keputusan pembelian: peran price discount, lifestyle, dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 348–355.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2164%0Ah>
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/2164/1427>
- Hermansyah, & Fitri Aprilia, R. (2022). Jurnal Administrasi Bisnis Terapan Jurnal Administrasi Bisnis Terapan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 412–423.
- Imam Ghozali, H. L. (2015). *Partial least squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Iwan, A. S. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24.

<https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>

Kadek Risma Ayuningsih Dewi, K. A. S. P. (2023). *Pera Lifestyle Memediasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Oleh Generasi Z*. 12(10), 1976–1993.

Kangsadewa, A. A., & Pratama, A. P. (2023). Pengaruh Lifestyle dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa di Universitas AMIKOM Purwokerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 79–85. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i1.19977>

Keller, K. dan. (2014). *Menejemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga. Malhotra, N.K. 2015. Riset Pemasaran. Edisi Keempat. Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kevin, & Saputra, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret cabang Sadai Bengkong. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(6). https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4690

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).

Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30–44. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.181>

Lapian, M. D. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.

Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan*

Akuntansi, 7(3), 2949–2958.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24041>

Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik Dengan SmartPLS*. Universitas Negri Yogyakarta Program Pascasarjana.

Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2), 55–60. <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Nia Rahma Astuti, A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada Remaja Di Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1), 20–31. https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i1.2287

Nugroho, I. dwi, & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek MaliQacle). *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 113–126. <https://jurnal.inaba.ac.id/>

Peter, J. P., & Olson, J. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi 9, Vol. 1). Salemba Empat.

- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2010). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 -13/E*. Erlangga.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.
- Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 103–112. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/728>
- Rismawan, Ari, M., & Purnami, M. (2017). *Peran Price Discount Memoderasi Pengaruh Product Knowlage Dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*. 6(1), 264–288.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. K. (2021). *Management fifteenth edition*.
- Rohman, Isnanda Zainur, A. I. K. I. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 80–91. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10955000>
- Rozi, V. A. A. (2022). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 1–15.
- Sabaruddin Chaniago. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Super Com. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*,

I(1), 11–23. <https://doi.org/10.59929/mm.v1i1.4>

Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, *I*(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>

Sari, A. R., & Nurkasanah, N. (2021). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret. *Value*, *2*(1), 67–73. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.183>

Schiffman, L., & Kanuk, L. (2018). *Perilaku Konsumen (Edisi Ketujuh)* (Ketujuh).

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, *7*(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>

Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *11*(3), 761–771. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50226>

Siwi, Y. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey (Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten). *Universitas Widya Dharma Klaten*. <http://repository.unwidha.ac.id:880/id/eprint/2850>

Sri Ratih Handayani, Ulul Absor, A. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani pada Kalangan Siswa di SMP PGRI Brebes. *STRATEGIK – Jurnal Manajemen*, *XI*(1), 1–17. <http://ejurnal.stiewidyamanggalia.ac.id>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam*

- Sumiati, S. M. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.25077/amar.2.2.1-10.2018>
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Suwandi. (2015). *Desentralisasi Fiskal dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Penyerapan Tenaga Kerja, Kemiskinan, dan Kesejahteraan di Kabupaten/Kota Induk Provinsi Papua* (1st ed.). Deepublish.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffe and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang)*. 26(2), 146–154.
- Terry, G. R. (2014). *Dasar-dasar Manajemen*. PT. Bumi Aksara.
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykpj*, 2(2), 275–286.
- Tsalisma, U. M. (2020). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Minat Beli dengan Lifestyle sebagai Moderating Variabel pada Konsumen Produk Jims Honey (Studi Kasus: Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2016). *IAIN Kudus*.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Edisi 11) / Husein Umar* (11th ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Utami, N. I. P., & Septiara, N. (2022). Gaya Hidup Wanita Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Kabupaten Labuhan Batu. *Prosiding Seminar Nasional FEB Unikal*, 360–368.
- Warnerin, G., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Diskon Dan in-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall

Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 896–903.
www.sentarak.com

Willy Abdillah, J. H. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.

