

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F. (2021). *Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek)*. 1(3), 266–278.
- Anwar, P. M., Budi -, I., Latipa Sari, H., Umi Kalsum, T., Mahdalena, D., Putri, D. O., Triatmanto, B., & Setiyadi, S. (2018). The effect of occupational health and safety, work environment and discipline on employee performance in a consumer goods company. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 337(1), 012036. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/337/1/012036>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved July 16, 2022, from <https://www.bps.go.id/indicator/5/2106/1/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bahan-makanan-lainnya-per-kabupaten-kota.html>
- Budieli Hulu, Yohanes Dakhi, & F.Zalogo, E. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya*. 6(2), 16–25.
- Dahmiri, Hasbullah, H., & Sefrita sari, S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Darojat, T. A. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 2684–9747. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/JMAS>
- Dewi Sartikawati, I., Ali, A., Setiawan, A., & Bangkinang, S. (2020). Effect Of Advertising, Product Superiority, Life Style And Price On The Purchase Decision Of The Le-Minerale Mineral Water Brand (Case Study On Malaya Mart and Ranggon Mart In Bangkinang City). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(4). <https://doi.org/10.55768/JRMI.V2I4.44>
- Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., S.S., M.M., QWP., M. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Edy, I. T., Mauladi, K. F., & Efendi, Y. (2020). Analisis Faktor Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Ud. Dewi Sri Elektronik Lamongan. *Media Mahardhika*, 19(1), 124–129. <https://doi.org/10.29062/Mahardhika.V19I1.203>
- Erdawati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/JAE.V8I3.331>
- Fadhli, K., & Fahimah, D. A. N. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Kesejahteraan Keluarga Penerima Manfaat (Kpm) Bantuan Sosial Covid-19. *Jurnal Education And Development*, 9(3), 118–124. <https://doi.org/10.37081/ED.V9I3.2770>
- Gede, I., Swatama, A. A., Gde, I., & Warmika, K. (2022). Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Yang Dimediasi Oleh Sikap (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar). *E-*

- Jurnal Manajemen*, 11(6), 1231–1254.
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.V11.I06.P09>
- Halim, C. M., & Sutanto, J. E. (2021). The Relevance Of Price, Lifestyle, And Social Media Towards Purchase Decisions Of Motato Product. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4).
<https://doi.org/10.29040/IJEBAR.V5I4.3018>
- Hartini, K., & Inggriani, I. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Taqsith. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 94. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2861>
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 904–910.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/39989>
- Kotler, P., & Armsstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing* (15th Editi). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Mahendra Kusuma, T., Ketut, I., & Suniantara, P. (2022). Pengaruh Pendapatan, Social Influence, dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Perspektif: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 20(1), 31–35.
<https://doi.org/10.31294/JP.V20I1.11767>
- Prof. Dr. Anwar Sanusi, S.E., M. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Cetakan Ke). Salemba Empat.
- Rahmawati, R. T., & Fathoni, M. A. (2021). The Effect Of Advertising And Product Quality On The Purchase Decision Of Halal Cosmetics With Online Consumer Reviews As Mediation Variables. *Studies And Scientific Researches. Economics Edition*, 0(34). <https://doi.org/10.29358/SCECO.V0I34.498>
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145.
<https://doi.org/10.29407/NUSAMBA.V5I2.14369>
- Sitorus, J. R., & Heryenzus. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Batam. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2304
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, E. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Kpr Pada Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Prabumulih. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 53–72. <https://doi.org/10.36908/ISBANK.V5I2.116>
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suprpto, E., & Puryandani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Suku Bunga, Pendapatan, Dan Pendidikan Terhadap Keputusan Nasabah

- Mengambil Kredit Produktif Di Bank Jateng Capem Margasari. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 73–79. <https://doi.org/10.35829/magisma.v1i1.71>
- Taruni, E., Zainal, S., & Burhanuddin. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Merehabilitasi Hutan Mangrove Di Desa Sungai Bakau Besar Laut Kecamatan Mempawah Timur Kabupaten Mempawah. *Jurnal Hutan Lestari*, 8(3), 518–530. <https://doi.org/10.26418/jhl.v8i3.41416>
- Yosepha, S. Y., Sulhendri, S., & Asmana, S. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.Com Dengan Pajak Sebagai Variabel Faktual (Studi kasus pada pengikut akun Twitter @bliblidotcom). *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4235>