

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2020). Analisis Faktor Gaya Hidup Sehat Dan Social Media Marketing Terhadap Niat Beli Pada Followers Instagram Herbalife Indonesia. In *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)* (Vol. 8).
- Alfionita, Z., & Fintariasari, M. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Yang Menggunakan Skincare Ms Glow : *Journal Innovation Of Social* [Http://Ejournal.Karinosseff.Org/Index.Php/Jiseb/Article/View/310%0ahttp://Ejournal.Karinosseff.Org/Index.Php/Jiseb/Article/View/310/288](http://Ejournal.Karinosseff.Org/Index.Php/Jiseb/Article/View/310%0ahttp://Ejournal.Karinosseff.Org/Index.Php/Jiseb/Article/View/310/288)
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433.
- Astuti, N. P., Rahayu, H. R., & Rahmawati, H. R. (2023). *The Impact Of Ewom And Perceived Quality On Purchase Intention And Purchase Decision* (Vol. 25, Issue 1). [Https://Kumparan.Com/Kumparanwoman](https://Kumparan.Com/Kumparanwoman).
- Barrigusti, N. (2020). *Pengaruh Perceived Quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt. Capella Dinamik Nusantara Bangkinang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Skripsi*.
- Cahyarani, I. (2018). The Influence Of Healthy Lifestyle, Consumer Behaviour And Price Perception On The Purchase Intention For Organic Food. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol 7(3), 294–301.
- Dan, I., Adam, K., Pada, D., Matematika, J., Sains, F., & Teknologi, D. (2015). *Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pdam Unit Camming Kab. Bone)*.
- Handayani, Asih (2022). *PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI LIFESTYLE PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI SURAKARTA*. No. 01, 2022.
- Irianto, H., Ambar Azizah, H., & Wida Riptanti, E. (2022). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt Cimory Di Surakarta. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 469–481.
- Irwan, Adam, K., Adam, K., Pada, D., Matematika, J., Sains, F., & Teknologi, D. (2015). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pdam Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Lutfi, F. Z., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality

Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon (Studi Pada Pengguna Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon Di Kabupaten Kebumen). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 4). [Www.Polygonbikes.Com](http://www.Polygonbikes.Com)

Mulia, Y., & Sudarita, I. M. (2020). *Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Survey Followers Aktif Akun @Jelitacosmetic_)*.

Novita, S & Sri Rejeki, E (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *journal STIM Yogyakarta* (Vol 1.No 1).

Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., Hadibrata, B., Penulis, K., Fajar, :, & Nuryani, T. (2022). *Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4).

Nyoman Alit Srientini, N., Made Hartini, N., & Triatma Mulya, U. (2022). Pengaruh Testimoni Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Kabupaten Badung. In *Journal Research Of Management (Jarma)* (Vol. 4, Issue 1).

Padmawati, N. M., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Peran Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2621. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P08>

Prayoga, I., & Mulyadi, M. R. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 73–91.

Reppi, J. M., Tumbel, A., Jorie, R. J., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2015). The Analysis Of The Influence Of Quality Perception, Motivation And Consumer Behaviour Towards Buying Decision Of Iphone Cellphone Product At Itc Shopping Center Manado. In *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* (Vol. 15, Issue 05).

Rifai, A. (2015). *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga (Pilot Studi Di Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Vol. 14).

Rizan, M., Handayani, K. L., & Rp, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jrmsi Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457–478. <https://doi.org/10.21009/Jrmsi.006.1.07>

Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store

Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158.

Saputra, M. (2022). *Consumer Purchase Decisions On Food And Beverage Delivery Services On The Gofood Application*. 88–92.

Saputra, M., Wahyuningsih, Y., & Upb Jurnal Program Studi Manajemen, J. (2023). Customer Perspective On Purchase Decision Halal Products. In *Universitas Putera Batam* (Vol. 11, Issue 1).

Sari, N., Saputra, M., Husein, J., & Id, M. C. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. In *Jurnal Manajemen Magister* (Vol. 03, Issue 01).

Sarwono, A. E., & Pratiwi, D. (2022). Pengaruh E-Wom, Ease Of Use And Trust Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Lifestyle Pada Pengguna *El-Wasathiya: Jurnal Studi* 10(01), 113–124.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet

Supardin, L., Indratno, D. L., & Kuncorowati, H. (2022). *The Effect Of Healthy Lifestyle And Word Of Mouth On Purchase Decision Supplement Product Post Pandemic Covid 19 E-Mail : * Lalusupardin@Gmail.Com Stie Isti Ekatana Upaweda , Yogyakarta Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa , Yogyakarta Stie Solusi Bisnis . 5(November), 478–491*.

Supriyat Dinata, M., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).

Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.

Widyastuti, P. (2018). Kata Kunci: Gaya Hidup, Kualitas, Harga, Organik Quality And Prices As The Most Important Variable On Organic Vegetables Purchasing Decision. *Kotler Dan Armstrong*, 2, 17–28.

Triyono, Agung, and Dewi Noor Susanti. (2021) “Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Di Kabupaten Kebumen.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, vol. 3, no. 3,