

DAFTAR PUSTAKA

- Aerostreet. (2025). *Brand profile Aerostreet (Version 5.25, April 2025)*.
https://fliphtml5.com/giitd/sqxb/Profile_Brand_-_Aerostreet_5.2025/
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Amelia, Y., & Sukmasari, D. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Starbucks Coffee*. 2(1), 47–56.
- Anam, C., Istiqomah, I., & Husna, P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *Ejournal.Unwaha.Ac.IdC Anam, IW Istiqomah, PIA HusnaMargin Eco, 2022•ejournal.Unwaha.Ac.Id.*
<http://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/margin/article/view/2577>
- Angraini, P., & Bakti, S. (2026). Pengaruh Gaya Hidup, Sosial Media Marketing Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Science and Social Research*, 4307(April), 2743–2751.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54314/jssr.v9i2.6251>
- Annur, C. M. (2023, 11 September). *Shopee masih menjadi e-commerce dengan kunjungan terbanyak pada Juli 2023*. Databoks Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id>
- Arwani, A., Alfalisyado, Astuti, H. J., & Arofah, R. U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Social Media Marketing, Store Atmosphere Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 14(April), 108–122.
- Aswar, N. (2025). *Perilaku Konsumen* (A. Aslam, Ed.; p. 165). Tahta Media Group.
- Dahlia, K. (2026). Pengaruh Harga , Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pizza Hut di Kota Pangkal Pinang. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(6), 3377–3394.
<https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jafm.v6i6.2922>
- Devi, K. N. S., Imbayani, G. I. A., & Usadi, P. M. P. (2026). *Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Second Pada Generas*. 7(2), 210–223.
- Duha, H. W. P. (2026). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ud Henny Aluminium Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 9(1), 221–234.
<https://doi.org/https://doi.org/10.57094/jim.v9i1.2057>

- Erdawati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *..Itskhatulistiwa.Ac.IdE ErdawatiJurnal Apresiasi Ekonomi*, 2020•... *..Itskhatulistiwa.Ac.Id*, 8(3), 365–371. <https://ojsapresiasiekonomi.itskhatulistiwa.ac.id/index.php/apresiasiekonomi/article/view/331>
- Fadjar, C., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *Ejurnal.Ung.Ac.Id*, 5. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/15042>
- Futri, E. R., Mursalin, S., & Arisandi, D. (2026). Pengaruh Gaya Hidup , FOMO , Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 08(02), 214–240. <https://doi.org/https://doi.org/10.59636/saujana.v8i2.466>
- Gunelius, S. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. In *Media* (Vol. 58, Number 10). <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>
- Hair Jr et al. (2022). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook (p. 197). Springer Nature. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Number July).
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 149–165. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.002>
- Ilham, A., Asnora, F. H., & Raja, M. (2026). Pengaruh Persepsi Harga , Promosi Digital , Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rezeki Sigambal. 10(April), 490–506. <https://doi.org/10.33395/remik.v10i2.16010>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In S. Jackson (Ed.), *Pearson* (17e ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Miftahudin, Haryanti, I., & Ernawati, S. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone. 2, 312–325.
- Muhamad, N. (2025, August 8). E-commerce yang sering diakses masyarakat Indonesia pada 2025. Databoks. [Databoks](https://databoks.kemdikbud.go.id/laporan-statistik/tepat-sajaku/2025/08/08/e-commerce-yang-sering-diakses-masyarakat-indonesia-pada-2025)
- Nulandari, I., Djatola, H. R., & Nurhadi. (2026). Pengaruh Testimoni Dan Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handbody Whitening Skinfinity Di Kota Palu The Influence of Testimonials and Social

- media marketing* on Purchasing Decisions for Skinfinity Whitening Handbody Products in Pal. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 9(4), 3360–3367. <https://doi.org/10.56338/jks.v9i4.10406>
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376–1382. <https://doi.org/10.26740/JPTN.V9N3.P1376-1382>
- Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Ojs.Unanda.Ac.IdMP Pura, PN MadiawatiJEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 2021•*ojs.Unanda.Ac.Id*, 4, 204–216. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.2021>
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024). Pengaruh *Social media marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop:(Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020. *Jurnaluniv45sby.Ac.IdBN Qalbi, AA Idris, MIW HaeruddinInisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2024•*jurnaluniv45sby.Ac.Id*, 3(2), 406–417. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2391>
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh viral marketing dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian di platform TikTok. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Saifulloh, F., & Wijayanti, K. D. (2026). Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Lcgc Honda Brio Di Honda Pondok Pinang Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(2), 587–598. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v4i2.8829>
- Septian, Y. C., & Zahrah, H. (2026). Analisis Promosi Digital dan Citra Merek dalam Mendorong Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1), 2988–2998. <https://doi.org/https://doi.org/10.63822/3q3zs105>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian, Kuantitatif Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Syarif, M. I., Suhairi, & Aisyah, S. (2025). *Pengaruh Social media marketing , Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement*. 30(01), 48–70. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/je.v30i1.2935>
- Wahono, H. T. T. (2026). Brand Awareness Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 9(1), 32–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.26533/jmd.v9i1.1536>

- Wardhana, A. (2025). Consumer Behavior in the Digital Age. In M. Pradana (Ed.), *Iaa Journal of Art and Humanities* (Vol. 12, Number 1). Eureka Media Aksara. <https://doi.org/10.59298/iaajah/2025/1217783>
- We Are Social, & Meltwater. (2023). Digital 2023: Indonesia. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen *E-commerce* Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Srimur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>