

DAFTAR PUSTAKA

- A. G. Arsyalan., & M., Ariyanti. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Bandung di Shopee. *Journal E-Prociding of Management*, 6 (3), 55–66.
- Agustina, S. (2020, Juni 17). Media Sosial, Tak Sekadar Jaringan Pertemanan. From Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/riset/2020/06/17/media-sosial-tak-sekadar-jaringan-pertemanan/>
- Ajiwibawani, M. P. (2015). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen D'Goda Coffee Pazkul Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2). <https://doi.org/10.26740/jptn.v3n2.p%25p>.
- Apriliani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association* Dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1991-2004.
- Ayu, L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Barus, N. B., Pangaribuan, M., & Purnami, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiswa Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 616-626.
- Cahyani, K. I. dan E. S. (2016). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. ISSN:2252- 6552.
- Dewi, G. H. T., & Fitriani. (2021). Pengaruh Advertising, *Brand Awareness* Dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Make Over (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3),
- Dewi, W. A., & Santoso, B. (2023). Analisis Kualitas Produk, *Brand Image* dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Toko Maezula

Jember. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 7(1), 61-68.

Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, Hani. 2016. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Petrtama. Yogyakarta: BPFE.

Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh online consumer *review* oleh beauty vlogger terhadap keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang membeli dan menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 1-9

Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori Dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Tim UB Press.

Firmansyah, M. F., & Maulana, H. Z. (2021). Empirical Study of E-Learning on Financial Literacy and Lifestyle: A Millenial Urban Generations Cased Study. *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, 1(3), 75–81. <https://doi.org/10.52088/ijesty.v1i3.99>.

Fitriani, M., & dkk. (2023). Dampak Brand Image, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Di Summarecon Bekasi. *Urnal Economina Volume 2, Nomor 9, September 2023*

Fitriani, R., Ikah, I., & Amin, M. R. F. (2023). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Era Digital. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 240-247.

Fuad, A. (2015). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di purworejo. *Segmen-Manajemen*, 11(2A).

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang:Undip.

Gunawan C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Dee Publish.

H. Praisra, *Tiktok Bukan Media Sosial Lho...* Bandung: Republika, 2019.

- Hardiayan. (2019). Perkembangan *Brand* Lokal Indonesia yang Menarik Minat Anak Muda. From <https://beritakota.co.id/2019/11/28/perkembangan-brand-lokal-indonesia-yang-menarik-minat-anak-muda/>.
- Herawati, H., Prajanti, S. D. W., & Kardoyo, K. (2019). Predicted purchasing decisions from lifestyle, product quality and price through purchase motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.15294/JEEC.V8I1.29636>.
- Hidayah, N., Mufti, D., Rokhimah, R., & Inayah, N. (2022). PENGARUH LIFESTYLE DAN *BRAND* AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO (Studi Pada Konsumen Toko Zeus di Kota Sorong). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5963-5972.
- KoinWorks. (2018, April 12). Muhammad Sadad: Bisnis Rugi Puluhan Juta Hingga Raup Omzet Miliaran Lewat Erigo Store. From KoinWorks: <https://koinworks.com/testimonial/muhammad-sadad-Erigo-store/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. indeks.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh *brand* awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).
- Mongisidi, S & dkk. (2019). Pengaruh *Lifestyle* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA*. Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 2949 – 2958
- Nahari, A. Y. R. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo.Store terhadap keputusan Pembelian Produk Erigo. *Commercium*, 05(01), 20–30. Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store *Brand* Fesyen Lokal Indonesia Yang Mendunia
- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7–52.

- Oppong, Petter Kwasi dan Phiri, Maxwell A, 2018. Impact of *Brand Awareness* and *Brand Assosiation of Loyalty*: the Role of Equity in Plant Medicine Market in Kumasai, Ghana. *Journal Bussines and Economi*. Vol 13 (3), pp, 163-181
- Pangestika, W. (2018). Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui. *Jurnal.id*. 258 Coopetition, Vol XIII, Nomor 1, Maret 2022,
- Permana, Adrian. 2019. "Pemasaran Melalui Media Sosial: Solusi Pemasaran Digital Bisnis
- Peter. J. Pail dan Jerry C. Olson. 2016. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 2. Jakarta: salemba Empat.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70–78.
- Putri, S. M. S. S. (2018). Makna Gaya Hidup "*Brand Minded*" pada Konsumen Sosialita. *Idea: Jurnal Humaniora*, 1(1), 84–95. <https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4176>.
- Ridwan, D. (2017). *Pengaruh Instagram Sebagai Media Promosi terhadap Minat Mendengarkan Radio DJFM Surabaya*. Surabaya: STI Komunikasi Surabaya.
- Septiyani, Y & dkk (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsu-men pada Rabbani Store di Kota Magelang. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*. ISSN 2662-9404
- Siregar, D. L. (2017). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada kantor pelayanan pajak pratama batam. *Journal of Accounting and Management Innovation*, 1(2), 119-128.
- Sugiama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1–14.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>
- Swastha, B. D., & Handoko, H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* (1st ed.). BPFE.
- Tauran, R. H., Andriani, D. R., Wahyuningtyas, A. S. H., & Isaskar, R. (2022). The Effect of Social Media Marketing on the Purchase Decision of Kooka Coffee Products using *Brand Image* as a Mediation Variable. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(3), 223-232.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Urfana, M., & Sembiring, B. K. F. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(3), 1689-1699.
- Yudha, I. M. R. P. A., & Yulianthini. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–3.