

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, V., dan Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 248–262.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bitner, Z. &. (2003). *Service Marketing*. New York: The Mc Graw-Hill Companies inc.
- Chairunisa. (2018). Landasan teori gaya hidup. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1–10.
- Chandrawati, A. A., & Vidyanata, D. (2022). . Pengaruh Perceived Quality Dan Perceived Value Of Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Fresh.Co. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 49–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.29259/Jmbt.V19i1.17758>
- Chang, C dan Dibb, S. (2012). *Reviewing and conceptualising customer – perceived value. Marketing Review*. 12(3), 253–274.
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enchange green purchase intention: The role of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*.
- Chou, E. S. W. and N. P. (2014). “*Consumer Characteristics , Social Influence , And System Factors On Online Group-Buying Repurchasing Intention.*” 15(2), 119.
- DailySocial. (2017). *Smartwatch wearabeles di Indonesia*. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-smart-watch-wearables-di-indonesia-2017>
- Djafar, F., & Ariani, A. (2022). Generasi Z dan adopsi teknologi digital: Studi kasus pada penggunaan wearable devices. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–55.
- Efrata, K. N. S. dan T. C. (2024). Pengaruh Personal Innovativeness, Perceived Benefits, dan Social Influence Terhadap Purchase Intention Electric Vehicle. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 9(2), 52–69.
- Egar Surya, Anang Muftiadi, A. C. (2024). Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Repurchase Intention dalam Game Genshin Impact. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1091>

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Ed 6*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goenawan, K. (2014). Pengaruh Product Attributs, Brand Name, Product Price, dan Social Influence Terhadap Purchase Intention Android Smartphone Di Surabaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1).
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Hakim, L. L., & Keni, K. (2020). Pengaruh brand awareness, brand image dan customer perceived value terhadap purchase intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(3), 81–86.
- Hakim, L. L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(3), 81–86.
- Herrera, M., Armelini, G., & Salvaj, E. (2015). Understanding social contagion in adoption processes using dynamic social networks. *PLoS ONE*, 10(10), 1–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0140891>
- Hidayat, K., & Bashori, K. (2016). *Pengaruh Sosial. Psikologi Sosial: Aku, Kami dan Kita*.
- Hoyer, D. W., MacInnis, J. D. and Pieters, R. (2018). *Consumer Behavior, Seventh Edition*. Boston USA: Cengage Learning.
- Icek, A. (2005). *Attitudes, Personality ,and Behavior. 2nd Edition*. New York: Open University Press.
- Juniarti, A. D. dan R. R. (2024). Pengaruh Luxury Brand Perception , Social Influence , Brand Personality Dan Country Of Origin Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan Fast Fashion di Indonesia. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 2(1).
- Juwita, P. A. dan H. A. J. (2023). Pengaruh Perceived Price, Perceived Value, dan Social Influence terhadap Purchase Intention Spotify Premium (Studi Pada Mahasiswa/i S1 FEB Universitas Brawijaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 02(2), 443–453. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>.
- Kaihatu, M. A. M. dan T. S. (2021). Pengaruh Green Product dan Customer Percived Value Terhadap Purchase Intention Jam Tangan Kayu Seribu Satoe. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(6).
- Keller, P. K. & K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi Ketiga Belas,.)*.

Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Keller, P. K. dan K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition* (S. Ukil, Ed.; 15th ed.). *Pearson Education Limited 2016*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing Global 14th*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnawati, W. (2020). Pengaruh Online Procrastination , Product Feature , Dan Social Influence Pada Purchase Intention Di Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 210–215.
- Kurniawan, A. A., & Subhi, F. A. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Go Payment. *FokBis: Fokus Bisnis*, 20(2), 144–153.
- Lutfiyah, L. (2020). *Pengaruh brand image, media sosial dan gaya hidup hedonisme terhadap minat belanja online: studi kasus pada mahasiswa Uinsa Surabaya*. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/43551>
- Maharani, N., & Sevriana, L. (2015). Analisis Sikap, Motivasi, Pengetahuan dan Gaya Hidup Konsumen Factory Outlet di Bandung. *Jurnal Fasilkom.*, 5(1), 139–146.
- Minarti, M. S. (2020). (2020). Pengaruh gaya hidup,promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee [Universitas Putera Batam]. <Http://Repository.Upbatam.Ac.Id/217/1/Cover s.d Bab III.Pdf>, 1–57. <http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover s.d bab III.pdf>
- Muh. Miftakhun Nizar, Alit, R., & Prima Aditiawan, F. (2021). Implementasi Metode Moora Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Smartwatch Terbaik. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(1), 34–42. <https://doi.org/10.33005/jifosi.v2i1.269>
- Payne, A. (2010). *Services Marketing: Pemasaran Jasa*. Asia Pte: Andi Pearson education.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition. *Pearson Education Inc*.
- Prasetya, W. C. dan W. (2020). *Analisis Pengaruh E-Service Quality , Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction , Trust , dan Customer Behavioral*

- Intention (Survei pada Customer Toko Online www.blibli.com)*. 1(2), 109–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.37535/103001220201>
- Pratiwi, N. S., & Darma, G. S. (2020). Gaya hidup konsumtif mahasiswa ditinjau dari uang saku dan kontrol diri. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling*, 6(1), 15–22.
- Putri, S. H., & Arifin, Z. (2021). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 22(1), 25–33.
- Rahmi, S., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-WOM terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee. ID. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen.*, 3(2), 75–84.
- Ramadhan, A. R., & Saraswati, T. G. (2023). *Pengaruh Brand Image , Lifestyle , Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Brand Uniqlo Di Indonesia The Influence Of Brand Image , Lifestyle , And Perceived Value On Purchase Intention Brand Unqilo In Indonesia*. 10(5), 3937–3947.
- Rizkia, M. A., & Yuliati, L. N. (2019). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian impulsif pada generasi milenial. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 13(1), 50–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.24156/jikk.2019.12.1.45>
- S., A. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Salim, A. C., & Cecilia, V. (2023). *Pengaruh Product Knowledge Dan Lifestyle Terhadap Purchase Intention Sepatu Kanvas Local Brand*. 5(60), 73–83.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Setiawan, I. A. H. dan D. A. (2023). *Pengaruh E-WOM, Online Customer Review, dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Produk Perawatan Kulit Lokal Avoskin: Studi Kasus Mahasiswi STEI Jakarta*. 3(2), 185–194.
- Siregar, H. (2021). *Pengaruh Social Influence, Web Quality dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee*. 2019, 7–26. <http://repository.stei.ac.id/4304/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4304/3/BAB2.pdf>
- SJ Mongisidi, J Sepang, D. S. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Sri Rahmi Putri dan Rizki Amalia. (2018). Pengaruh E-WOM Terhadap Citra

Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee.id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75–84.

Statista. (2024). *Number of smartwatch users in Indonesia from 2020 to 2029*. <https://www.statista.com/forecasts/1493570/indonesia-number-of-smartwatch-users>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tiwik Alsabiyah, Kadarisman Hidayat, dan D. F. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 70 No. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2820>

Tjiptono. (2014). *Marketing_Scales 2011.Pdf*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Vahdat, A. (2020). Accpetqance Model, Social Factors, & Purchase Intention. *Australian Marketibg Journal (AMJ)*, 1–10.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>

Veronica, V., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Privacy, Social Influence Terhadap Online Purchase Intention: Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 235–246.

Wang E, C. N. (2014). Consumer Characteristics, Social Influence, And System Factors On Online Group-Buying Repurchasing Intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15.

Yudik Prasetyo. (2013). Kesadaran Masyarakat Berolahraga Untuk Peningkatan Kesehatan Dan Pembangunan Nasional. *Medikora*, XI, 220–228.

Yuliana, H. T. E. dan E. (2016). *Pengaruh Perceived Value dan Social Influence terhadap Purchase Intention Smartphone 4G pada Pelanggan Bandung Electronic Center*. 3(1), 86–92.