

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Afriana Akhyani. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image. *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management*, 1(2), 75–92. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v1i2.51>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Ayu, J. N. R. (2020). Efektifitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1). <https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.353>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Cahyono, Y., Suryani, P., & Januari Yanti, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy di Dealer Wahana Cisoka Kabupaten Tangerang. *Journal Intelektual*, 2(1), 94–102. <https://doi.org/10.61635/jin.v2i1.136>
- Clorin, S., Hardika, M., Prayoga, S. R., Noviyanti, E., Samosir, H., & Stephanus, A. (2019). Pengaruh Modal Kerja, Perputaran Kas, Dan Arus Kas Terhadap Current Ratio Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. *Jurnal Profita*, 12(3), 420. <https://doi.org/10.22441/profita.2019.v12.03.005>
- District, B. S., City, L., Attitude, C., Decision, P., Edyansyah, T., Ahyar, J., Ekonomi, D. F., & Author, C. (2021). 4833-12056-1-Sm. 10, 69–78.
- Fitriya, S. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Paket Perjalanan Wisata Secara Online pada Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *Journal on Education*, 06(02), 14202–14210.
- Gede, I. K., Hosea, E., Ratnaningsih, R., & Hendriana, T. I. (2023). *Metodologi Penelitian Manajemen Bisnis* (Issue March). <https://www.researchgate.net/publication/365038890>
- Ghozali. (2020). Koefisien Determinasi. In *Binus.Ac.Id* (Vol. 5, Issue 3, pp. 248–253). <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>

- Haryanti, I., & Nurdin, H. (2021). Trend Fashion dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Berhijab di Kota Bima. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 124–135.
- Iftitah Mutiara Sudiro, & Retno Fuji Oktaviani. (2024). Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turnover dan Return On Equity terhadap Harga Saham. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 1(4), 85–102. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i4.401>
- Ilmawan, D. (2024). Implementasi Kurikulum Merdeka: Pemaknaan Merdeka dalam Perencanaan Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 820–828. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10546>
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Jocelym, A. (2024). Analisis Pengaruh Iklan Di Sosial Media Instagram Dan Diskon Harga Terhadap Perilaku Konsumtif Pelaku Cosplay Di Kota Medan. *Journal Publicuho*, 7(2), 843–852. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i2.421>
- Katiandagho, N. J., & Syarif Hidayatullah. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, 9(1), 13–27. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886>
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3(1), 37.
- Khohar, N. E., & Hermanto, Y. B. (2024). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sensitivity, dan Store Image Terhadap Purchase Intention. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 16(1), 15–28. <https://doi.org/10.37477/bip.v16i1.511>
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneur*, 7(2), 152-164.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.
- Lase, G. P., Manajemen, P. S., & Putera, U. (2024). *the Influence of Viral Marketing , Online Customer Riview and Confidence on Decisions To Purchase Fashion Products on Shopee in Batam City Pengaruh Viral Marketing , Online Customer Review*. 7.

- Levrant, K. D. (2024). Pengaruh content marketing instagram terhadap customer engagement di khas Ombilin Hotel. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 24–36. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i1>
- Lohonusa, A. I., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 9 No.(4), 511–520. file:///C:/Users/kadek/Downloads/iogi2018,+03.+Anjani+Inttan+Lohonusa.+OK.pdf
- Lomboan, R., Tampi, J. R. ., & Mukuan, D. D. . (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 256–260.
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Open Journal Systems*, 17(05), 795–802.
- Mihartinah, D., Anggarawati, S., & Nasution. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram. *Student Journal of Business and Management*, 6(1), 21–42. <https://www.bps.go.id/>
- Muhammad Anas Mu'tashim, Indra Hastuti, & Khabib Alia Akhmad. (2024). Pengaruh Firm Generated Content dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift pada Thriftshop Elnassupply. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(4), 151–160. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i4.1032>
- Naibaho, D. E., Sipayung, R., & Tanjung, D. S. (2020). Hubungan Disiplin Belajar Dengan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika Kelas V Di Sd Negeri 24 Tanjung Bunga. *School Education Journal Pgsd Fip Unimed*, 10(4), 342–351. <https://doi.org/10.24114/sejpgsd.v10i4.20860>
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). *Umsida Press*, 1-64.
- Nisa, F. K., Wahono, B., & Bastomi, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Celebrity Worship dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik GOT7 (STudi Kasus Penggemar GOT7 Di Jawa Timur). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.

- Oktaviani, A. A., Barokah, S. N., & Salsiyah, S. M. (2019). the Influence of Service Quality on Customer'S Satisfaction At Pt. Sinar Mutiara Cakrabuana. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 4(2), 135. <https://doi.org/10.32497/jobs.v4i2.1495>
- Olivia, J., & Nurfebiaraning, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Ontarina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren Di Universitas Wijaya Putra Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(7), 397–407. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i7.625>
- Ovriyadin, O., Dharmansyah, H. R., & Darmawansyah, I. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Sasambo Di Mutmainah Kota Bima. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(1), 113. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i1.16987>
- Pangastuti, R. L., Eferyn, K., & Daniar, K. (2024). Pelatihan Pengembangan Kemampuan Strategi Viral Marketing untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *ADMA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.30812/adma.v5i1.3951>
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>
- Purba, R. S. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016). *E-Proceeding of Applied Science*, Vol, 2(2), 1–23.
- Putri, I. D., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Halal Network Internasional (HNI) PT. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 5(2), 128. <https://doi.org/10.32493/frkm.v5i2.12733>
- Rachmatika, F., Maslichah, & Amin, M. S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Viral Marketing dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion RS31 Shop House pada E-Commerce Shopee. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1603–1615.
- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 990–1001. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>

- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Satria, E. (2023). Brand Image , Persepsi Harga , DAN Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 1–11.
- Setyaningsih, D. K. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP HEDONIS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB RABBANI (Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an Munggang Bawah di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 311–318. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1226>
- Sinendra, R., Indartini, M., & Herawati, N. R. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Close Up Di Kota Madiun. *Mabha Jurnal*, 5(1), 37–46. <https://doi.org/10.70018/mb.v5i1.75>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Co Management*, 3(2), 471–478. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.417>
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue August).
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Syifa Fauziah, & Wahyu Istigh Fadila Daraja. (2022). Pengaruh Kesadaran Merk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 373–386. <https://doi.org/10.55606/jaem.v2i3.385>
- Viola. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Perluasan Merek Xiaomi Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 131–139. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.380>
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal*

Transaksi, 12(1), 51–66.

Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>

Widjaja, A. E., & Indrawati, L. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(02), 169–178. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i02.1617>

Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri*, 1–17.

