

DAFTAR PUSTAKA

- Afiany, F. D., & Fajari, I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa *Thrift Shop*. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.37577/ekonam.v4i1.479>
- Agisnawati. (2021). *Image Terhadap Loyalitas Pembelian*.
- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi*, 3(1), 21–30.
- Anwar, S. (2011). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. Salemba Empat.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Darmawan, K., Irdiana, S., Khairullah, M. N., & Ariyono, K. Y. (2022). *Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan Ukm Kopi Di Kecamatan Pasrujambe Kabupaten Lumajang*. 5(2), 343–346.
- Dewi, T. P., & Rafida, V. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Motor Matic Honda Scoopy Prestige Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 115–124. <https://ejournal.unesa.ac.id/>
- Fadli, Z., Sudirjo, D. F., Rahmat, Santosa, A. D., Ir. Johni S. Pasaribu, M., Octaviani, D. W., Yudha, H. S., Fauzan, R., Triwijayati, D. A., Rukmana, A. Y., Herdiansyah, D. D., & Fitriana. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL. In Muttaqin (Ed.), *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Gandhi, R. A., Kasno, K., & Ermawati, E. (2023). Influence of Lifestyle , Brand Image , Price, and Promotion of Purchasing Decisions on Cafe Belikopi. *International Journal of Accounting and Management Research*, 4(2), 75–83. <https://doi.org/10.30741/ijamr.v4i2.1146>

- Ghozali, I. (25 C.E.). *Grand Theory, 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis; Untuk Landasan Teori Skripsi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goel, R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). An empirical study to enquire the effectiveness of digital marketing in the challenging age with reference to indian economy. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25(4), 1569–1584.
- Haq-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1402–1412.
- Kotler & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Latipah, R., Fitriani, L. K., & Masruroh, R. (2017). Pengaruh Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Sandal Dan Sepatu Bata Cabang Kuningan. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 13(3), 159–166. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v13i3.1707>
- Lifani, S., Ulfah, M., & Kusumadewi, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk. *Hawalalah : Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 83–92.
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. *E-Journal*, 10(3), 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Nasib, Tambunan Debora, & Syaifullah. (2021). *Buku Perilaku Konsumen Final 1. February*, 1–129. <https://www.researchgate.net/publication/358784067>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Philip, K., & Kevin Lane, K. (2016). Marketing-Management. In *Marketing-Management*. Pearson India Education Services Pvt. Ltd., <https://doi.org/10.1515/9783486801125>
- Prasetya, W., Broto, B. E., & Simanjorang, E. F. S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Cita Rasa, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Produk Minuman Boba Di Rantauprapat. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 127–150. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.984>

- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. In *Pascal Books* (Vol. 11, Issue 1). Pascal books. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Putra, R. A., & Hanggara, A. (2022). *ANALISIS DATA KUANTITATIF*. Jakad Media Publishing.
- Rachmawati, A., & Zulfahmi, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Byfit. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 4(2), 1–15. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v4i2.220>
- Raga, H. E., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, 2, 512–520. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2716%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/2716/2100>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish* (p. 373).
- Robustin, T. P. (2022). Pendampingan Pemasaran Dan Promosi Pada Usaha Tas Anyaman Di Desa Karangsono Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Jpm)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.31967/jpm.v2i1.558>
- Ryandika, E. P., Manajemen, I. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Suasana Toko, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Konsumen the Hidden Swargi Coffee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(Mei), 2477–1783. <https://holidayayo.com/article/the-hidden-swargi>
- Sari, D. ., Kasno, & Irdiana, S. (2020). Minat Beli Konsumen “Shopee” Ditinjau Dari Iklan dan Gaya Hidup Masyarakat. *Jobman*, 2(4), 230–235.
- Subagio, D. P. W., & Hastari, S. (2021). Price Discount Pengaruhnya terhadap Online Custome. *Jurnal Mnajemen Dan Kewirausahaan*, 9.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN (Research and Development/R&D)*. Alfabeta.
- Sutanto, I. L., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Minat Beli Produk Roughneck Di Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2031>
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).
- Zainurossalamia, S. (2020a). MANAJEMEN PEMASARAN. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Forum Pemuda Aswaja. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Zainurossalamia, S. (2020b). *Manajemen pemasaran teori dan praktik*. Forum Pemuda Aswaja.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen di era modern. In M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M. (Ed.), *Jakarta: Indeks*. Yayasan Prima Agus Teknik