

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J., & Sondari, T. (2024). *Strategi Pemasaran*. <https://share.google/jxeQIsXAspDAESJaP>
- Andrian, Indra, C., Kumawan, & Nursal, M. F. (2022). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Angelique, A. D., & Purwinarti, T. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN CARE HADA LABO. *Administrasi Profesional*, 04(02), 76–82. <https://doi.org/10.32722/jap.v4i2.6491>
- Aurellyya, A. R., Kencana, U. S., & Mulyani, R. (2026). *Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Prouk Fashion Hijab Umama (Studi Kasus: Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi)*. 2(1), 443–456.
- Ayesha, I., Amaliyah, I. W. A. P. S. H., Yusnanto, N. I. E. T., Firdaus, N. D. M. S. D. R. D. U. A., Fitriana, M. M., & Egim, N. A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*.
- Ayu, D., Sukma, D., Ngurah, G., Adinegara, J., & Ruspendi, I. W. (2024). *The Influence of E-WOM and Social Media on Interest in Buying Camping in Bedugul and Lifestyle as a Mediation Variable*. 2022, 197–206. <https://doi.org/https://doi.org/10.38142/jebd.v2i1.171>
- Bagus, D., Satata, M., Umi, H., Nining, A., Hasirun, D., Abas, M., Regina, S., Joko, W., & Nugraha, T. (2025). *Konsep Organisasi dan Manajemen*.
- Baldangombo, U. (2023). *Consumer Shopping Lifestyle Analysis on Buying Decisions Process*. 15(8), 1–9. <https://doi.org/10.7176/EJBM/15-8-01>
- Bianchi, A. (2021). *Driving consumer engagement in social media*.
- Bright, D., & Cortes, A. (2026). *Principles of Management*.
- Budirman, A., & Hidayah, R. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE LAZADA JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 7(3).
- Candra, K., & Yasa, N. (2023). *KONSEP DAN APLIKASI*. <https://share.google/XrocIFg7QDEpkLp4G>
- Chrismardani, Y. (2023). *Buku Referensi Konsep dan Praktek e-Word Of Mouth (e-WOM)*. <https://id.scrib.com/document/886135028/567186-Buku-Referensi-Konsep-Dan-Praktek-e-Word-5095a7f>
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y., Asteria, B., Nugroho, A., Assery, S., Fajar, R.,

- Kuswanto, N., Renaldy, F., Umam, K., Elyta, E., & Ridiyanti, F. (2023). *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*.
- Dharsana, T., & Aswar, N. (2024). *Manajemen Penjualan*.
- Ekasari, S., Muharam, H., & Diposumarto, N. (2025). *RAHASIA FIGITAL MARKETING DAN E-WOM*.
- Fakhrozi, M., Syafri, M., Choerudin, A., Purnomo, D., Mahmud, Mendo, A., & Dunggio, T. (2024). *Pengantar manajemen*.
- Firmansyah, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran*.
- Handayani, A., Sarwono, A., & Pratiwi, D. (2022). *PENGARUH E-WOM, EASE OF USE AND TRUST TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI LIFESTYLE PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI SURAKARTA*. 10(01), 113–124. <https://doi.org/10.35888/el-wasathiya.v10i01.4665>
- Hanlon, A., & Tuten, T. L. (2022). *The SAGE Hnadbook of Digital Marketing*.
- Harahap, G., & Krahara, Y. (2024). *Perilaku Konsumen*. <https://share.google/ugI7FPLQN0TKdIvaT>
- Harinie, L. (2025). *Perilaku Konsumen Bagi Pasar Produk Lokal*. <https://share.google/R8I8MR30wJVdYJMvc>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2024). *Building Marketing Strategy Consumer Behavior*.
- Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. (2021). *CONSUMER BEHAVIOUR*.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2023). *Consumer Behavior*.
- Ibrahim, H., Zahara, A. E., Ardyan, E., Tahir, R., Terimajaya, W., & Putra, K. (2023). *Pengantar Manajemen*.
- Indriana, D. Y., & Helmi, S. (2025). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Generasi Z dengan Lifestyle sebagai Variabel Mediasi*. 3(2), 2539–2553. <https://doi.org/https://doi.org/10.70437/benefit.v3i1.1259>
- Jamaludin, Renggana, A., & Firsang, R. (2022). *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & Lisrel*.
- Kotler, K., Keller, kevin lane, & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. <https://app.box.com/s/jl6fgnp2xrpxv0evjq6jlicklh7d3s0e>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.
- Kurniawan, A. (2024). *Perilaku Konsumen dalam Pemasaran*.

<https://share.google/Jrs2WWcTHCqBoWQvt>

- Latief, F., & Firman, A. (2025). *Peran Harga Social Media Marketing dan Fashion Lifestyle dalam Menentukan Proses Keputusan Pembelian*. 11(1), 148–162.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Manullang, W., & Gulton, D. (2024). *Pengaruh Electronic Word of mouth dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ms Glow Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening*.
- Mendo, A., Niode, I., & Kango, U. (2022). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. https://fliphtml5.com/tcfzz/bwpz/Pengantar_Manajemen_Bisnis/
- Murtiningsih, D., & Marlapa, E. (2025). *Perilaku Konsumen*. <https://share.google/y9Kwvwu4LpPHKJgWd>
- Nasib, Tambunan, D., & Syaifullah. (2021). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Ningsih, E. (2021). *Perilaku Konsumen*.
- Niosi, A. (2021). *Introduction to Consumer Behaviour*.
- Nisa, K., Edyansyah, T., & Bahri, H. (2023). *THE INFLUENCE OF LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS PROCESS FOR SKINTIFIC SKIN CARE*. 3(1), 113–120. <https://doi.org/10.54443/ijset.v3i1.318>
- Nofandrilla, N. (2025). *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND PURCHASE MAKING PROCESS ON FASHION AT SHOPEE*. *Ranah Komunikasi*, 8(2), 126–135. <https://doi.org/10.25077/rk.9.2.126-135.2025>
- Nurhalisah, Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Melalui Lifestyle*. 13(01), 355–364.
- Nuryakin, R., Negara, A., Ita, N., & Andayani, S. (2024). *Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup*.
- Nuvriasari, A., Judijanto, L., & Susanti, R. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN*. <https://share.google/LVvgvnfixz8y07nl>
- Poff, R., & Skripak, J. S. (2023). *Fundamentals of Business*.
- Rahma, A. nurul. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Pelnggan E-Commerce di Indonesia*. <https://doi.org/10.30595/jssh.v4i2.9025>
- Ramadhan, M. F., & Sundani, D. (2022). *The Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Buying Decision Process for Fashion Products on Instagram*. 7(3), 12–15.
- Ramdani, R. (2025). *The Role of Lifestyle as a Determinant of Consumers '*

- Purchase Decisions Process on Sukarara Woven Products*. 4(3), 7949–7955.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3206>
- Robbins, S. P., & Clouter, M. (2021). *Management*.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2024). *Organizational Behavior*.
- Romli, N., Lena, S., Tingga, C., Sugiat, M., & Widati, E. (2022). *MARKETING 4.0*.
- Slamet, & Albab, A. U. (2023). *The Electronic Word-of-Mouth Analysis and its Impact on Purchase Making Process : Studies on “ Millennial and Z ” Generation*. 8(6).
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., Stuart, E. W., & Greg, W. (2023). *Marketing*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 17).
- Supriadi, Y., Asmarany, A., Rini, A., Ekowati, S., Tarina, W., Anwar, Ali, H., Khasanah, & Fudsyi, M. (2024). *Konsep Dasar Manajemen Organisasi*.
- Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. <https://share.google/EnfX6VG1LIkNDZ7fd>
- Tingga, C., Sholihat, W., Handayani, T., Putra, K., Utami, M., & Wardhana, A. (2022). *SENI PEMASARAN KONTEMPORER*. March.
- Uluwiyah, A. (2022). *STRATGi BAURAN PROMOSI*.
- Utama, A. P. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Utomo, K. P., Wardhana, A. K., Lestiowati, R., & Fadly, R. (2025). *Manajemen Pmeasaran*.
- Vania, A., Fasandra, F., Hidayar, D., Saununu, S., & Hernanto. (2024). *PERILAKU KONSUMEN*. <https://share.google.9lzzacfxnd3bsd4w>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen*.
- Wardi, P., Rahmatullah, A., & Dethan, S. (2025). *Gaya Hidup Gen Z Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apparel Lokal*. 4(4), 6605–6616.
<https://doi.org/10.56799.v4i4.9582>
- Widodo, A. S. (2025). *BAURAN PEMASARAN*.
- Winantu, P., & Cahyono, B. (2026). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dengan Life Style Sebagai Variabel Moderasi*. 1252–1265.
- Yudhi, K. (2021). *Prinsip Dasar Perilaku Konsumen*.
- Yudhi, K. (2023). *Prinsip Dasar Manejemen Pemasaran*.
- Yulianto, A., Setiadi, R., & Ahmatang. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN*.

Yuliaty, K., & Putri, S. (2024). *Social media or electronic word of mouth : Maintaining a healthy lifestyle during the COVID-19 pandemic in Indonesia*. 7(201), 1345–1353. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v7i4.3296>

Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN di Era Modern*.