

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. Dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen pemasaran. Depok: Pt. Raja Grafindopersada.*
- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*, 13(11), 157. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>
- Amalia, Sri Hartini, And Megawati Syahril. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel." *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen* 1.2 (2017).
- Aminullah, Rois, Akhmad Suharto, And Tatit Diansari. "Dampak Harga, Lokasi, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Penelitian Ipteks* 4.2 (2019): 188-197.
- Ardina, Mega. 2021. Pengaruh Tayangan Pornografi di Media Sosial Terhadap Perilaku Pelecehan Seksual Pada Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume IV No.II. E-IISN : 2684-9054. Universitas Aisyiyah Yogyakarta.
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Asfarotuz Zahroh, R. D. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* .
- Bambang Somantri, R. A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus Pada Siswa Dan Siswi Sman 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala – Repositori Imwi* .
- Desak Putu Yudi Pratiwi Pangastiti Putri, I. K. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision(Studi Pada Salah Satu Hotel Bintang 5 Di Bali). *Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda*.
- Devkant Kala, D. C. (2018). The effect of eWOM communication on brand image and purchase intention towards lifestyle products in India. *Int. J. Services, Economics and Management*.
- Didin Hikmah Perkasa, I. A. (2020). The Effect Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Product Quality And Price On Purchase Decisions. *Dijemss*.

- Domino's Pizza Enterprises Mencatat Waktu Penyajian Tercepat Menggunakan AWS untuk Pemesanan Prediktif 2020, from <https://aws.amazon.com/id/solutions/case-studies/dominos-case-study/>
- Fahma Rindha Purba, E. L. (2021). The Influence Of Ewom And Customer Satisfaction On Purchasing Decisions. *International Journal Of Social Science And Business*.
- Ghozali, Imam. (2012). Konsep, Teknik Dan Aplikasi Smartpls 2.0 M3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis multivariat dengan Program Ibm Spss 22 Edisi 7. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F. et al. 2021. Multivariate Data Analysis. Edisi 7. Harlow: Pearson.
- Handi, Tonny Hendratono, Edi Purwanto, and John J.O.I. Ihalauw. 2018. "The Effect of EWOM and Perceived Value on the Purchase Decision of Foods by Using the Go-Food Application as Mediated by Trust." *Quality Innovation Prosperity* 22 (2): 112–27. <https://doi.org/10.12776/qip.v22i2.1062>.
- Haryani, DS (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249.
- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Hurdawaty, Ramon, and Ulfah Madaniyah. 2020. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Domino's Pizza Lippo Karawaci Utara." *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi* 4 (1): 66–79. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.105>.
- Intan Lina Katrin, H. D. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, Volume 3 Nomor 2.
- I Nyoman Wara Wangsa, G. B. (2022). The Effect of Sales Promotion on Electronic Word of Mouth and Purchase Decision (Study on Bukalapak Users in Denpasar City). *European Journal of Business and Management Research* .
- Khakim, M. L. (2015). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Semarang.

- Kotler, P., & Keller, K. Lane. 2016. *Marketing Management Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing (Electronic Version)*. Pearson Education
- Kusnandar, V. B. (2021). Pengguna Internet Indonesia peringkat KE-3 terbanyak di asia. Databoks. Retrieved December 6, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna>
- Kusumadewi, A. D. (2021). Pengaruh Brand Image, Aplikasi Mc Donald'S Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mc Donald'S Di Puri Surya Jaya.
- Laksono, Dhimas Dwi, And Donant Alananto Iskandar. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* 3.2 (2018): 145-154.
- Lutvi Meidina Putri, I. D. (2022). Effect Of Product Attributes, Brand Image And Sales Promotion On H&M Purchase Decisions.
- Magdalena, Yonita., Sugianto, Ngurah. (2016), Pengaruh Website Quality, Electronic Word-of-Mouth, dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Zalora, Alumni Program Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Naya Astina Nur, A. S. (2021). The Influence Of Service Quality And Sales Promotion On Purchase Decisions At Aci Mas Jay'S Meatballs Bandung City.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed., New Jersey: Pearson Addison Wesley.
- Suartina I W., Wimba, IGA., Astrama, I M., Wulandari, NLAA, Rahmayanti, PLD, Yasa, NNK & Sujana, I K., (2022), Peran brand love dalam memediasi efek

distribusi intensif dan promosi Media sosial pada loyalitas merek dan E-WOM. *Jurnal Internasional Ilmu Data Dan Jaringan*, 6 (2), 335-346.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: C Alfabeta.

Sumiati, and Deni Gea. 2021. "Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada PT. Bernofarm." *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16 (1): 57-67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>.

Tasneem Al Mutanafisa, R. (2021). The Effect of Sales Promotion and Knowledge on Impulsive Buying of Online Platform Consumers . *Journal of Consumer Sciences*, Vol. 06, No. 01, 77-91. internetindonesia peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia.

Topbrand-award.com. 2019. "Bagaimana Penilaian Bagi Merek Dalam Survei Top Brand?" 2019. <https://www.topbrand-award.com/2019/08/bagaimana-penilaian-bagimerek-dalam-survei-top-brand/>.

