

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Komitmen Sebagai *Variabel Intervening*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 77–85. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v1i2.194>
- Amelia, R. P. (2021). Pengaruh Harga Dan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Wardah Di Wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Universitas Darma Persada.
- Hidayah, melisa surya. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas konsumen dan dimediasi oleh kepuasan konsumen [Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada]. In *Management and Business Review*. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4616>
- Irawan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kain Textile (Studi Kasus: Toko *Mumbai Textile House Of Fashion*). In *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Karyaningsih & Sahila. (2023). Pengaruh Electronic *Word of Mouth* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di *E-commerce Shoppe* Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Islamic Education Management*. Vol 3 No 2.
- Qortubi, M (2020). Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Toko Riyadinal Hamzah Store Kota Jambi). Universitas Batanghari.
- Ratnasari, Nur (2018). Pengaruh *Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulsive Buying* (Studi Kasus Pembelian Hijab pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar). Universitas Muhammadiyah Makassar
- Rika wahyuni hadi irfani .(2019). pengaruh *lifestyle, perceived ease of use* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada took pakaian online. *Jurnal PSYCHE 165* Fakultas Psikologi. Vol 12 No 2.
- Soepeno, Djurwati, Sweetly Jane Mongisidi & Jantje Sepang. (2019). Pengaruh *lifestyle* dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu nike (studi kasus Manado tow square). *Jurnal EMBA*. Vol 7 No 3.

Sudrajat, Ajat & Laura Natalia. (2022). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*. Vol 4 No 6.

Sukardiman , Diah Fistiani & Erlita Prasetyaningsih. (2022). pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk tas branded tiruan pada wanita karir di Jakarta.

**Website :**

Sumber:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-penggunaecommerce-2017-2023>

[www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)

