

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, H. (2023, May). Pengertian Observasi Menurut Para Ahli, Ciri-Ciri, Jenis, dan Tujuannya. *Liputan6*.  
<https://www.liputan6.com/hot/read/5294168/pengertian-observasi-menurut-para-ahli-ciri-ciri-jenis-dan-tujuannya?page=4>
- Al Aradatin, S. A., Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 6(1), 757–767.  
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/983>
- Amalina, H. N. (2021). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid-19*. 19, 105.  
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58881/1/HIDAN\\_AH\\_NUR\\_AMALINA-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58881/1/HIDAN_AH_NUR_AMALINA-FEB.pdf)
- Ditamei, S. (2022, July). Jenis Teknik Pengumpulan Data beserta Pengertian dan Contohnya. *Detik.Com*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6202830/jenis-teknik-pengumpulan-data-beserta-pengertian-dan-contohnya#:~:text=teknik%20pengumpulan%20data,-,Pengertian%20Teknik%20Pengumpulan%20Data,wawancara%20hingga%20tes%20atau%20pengujian.>
- Fahmi, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Purchase Decision pada Produk Starbucks. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 508–519. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.403>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gischia, S. (2023, June). Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Seseorang. *Kompas.Com*.  
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/06/08/130000869/faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup-seseorang?page=all>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Indiani, N. L., Sudiartini, N. W. A., & Utami, N. K. A. T. (2022). Pengaruh Brand Image, Awareness Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Pada Produk Dupa Harum Grosir. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 152–163.

<https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.83>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kadir, A. (2022). *Pengujian Hipotesis*. Uma.Ac.Id. <https://abdulkadir.blog.uma.ac.id/wp-content/uploads/sites/121/2022/12/Pertemuan-11-Pengujian-Hipotesis.pdf>
- Kartika, R. P., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 14–22. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.406>
- Khafid, W. (2023). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Dbl Ardiles Pada Klub Bola Basket Bintang Muda Gombong Skripsi*.
- Kurniati, A., & Ribowo, D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Sosial Media Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Melalui Tokopedia (Study kasus pada kampus di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 08(1), 162–181. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/download/838/777>
- Musika, Y. (2023). *Data Konsumsi Kopi Di Indonesia 2023 Referensi Bisnis*. Ottencoffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023>
- Muslih, B., Ratnanto, S., & Leksono, P. Y. (2024). the Role of Location Mediation on Purchase Interest Towards Consumer Purchase Decision in Retail Industry. *International Conference of Business and Social Sciences*, 3(1), 540–547. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.415>
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Analisis pengaruh e-service quality, e-trust dan harga terhadap keputusan pembelian di artee collection nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 214–222.
- Nur Alfiah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.2136>
- Padmadikara, A., Ariyanti, M., & Tantra, T. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Marketing, Dan Lifestyle Terhadap Purchase Decisions Di Dejima Kohii. *Notarius*, 8(6), 8105–8112.
- Pamartaningtyas, M. M. A. S., Sri Yunan Budiarsi, & Maria Mia. (2021). Social Media Marketing, Lifestyle, Dan Brand Awareness: Pengaruhnya Pada Purchase Decision Kopi Neira Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 10(2), 83–91.

- Pratiwi, R. A., Ananta, F. R. U., & Kdi, D. C. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Desain Interior (Studi Pada Some Renders Madiun). *CITACONOMIA : Economic and Business Studies*, 01(01), 17–30.
- Pratiwi, T. (2023). *Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember*. 1–143.
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358>
- Raharjo, I. B., Soedjoko, D. K. H., & Sasongko, M. Z. (2021). Volume 2 nomor 2 oktober 2021. *JIEAA - VOL 11 NO 2 OKTOBER 2021*, 2, 3–7.
- Riadi, M. (2021). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). *Membangun Persepsi Publik Melalui City Branding*. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sholawati, R. L., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 1098.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>