

DAFTAR PUSTAKA

- Adistiana, S., Utami, R., & Ratna, N. W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Product Quality Terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah di Kota Sukabumi. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 2(2), 40–49. www.topbrand-award.com
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Anggraini, Y. P., & Fikry, Z. (2023). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Keputusan Pembelian Produk Iphone Second Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22512–22518.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Aulia Rizqi Sahara, D. R. H. P. D. A. S. A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Pada Buttons scarves. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 326–340.
- Cahyani, A. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Hedonisme Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Barang Di Shopee Perspektif Ekonomi Islam. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 4(2), 1–6. <https://doi.org/10.57084/bej.v4i2.1151>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Elliott, R. (2004). Consumer behaviour. In *The Social Science Encyclopedia*. <https://doi.org/10.4018/jebr.2008070104>

- Fahira, L., & Syahputra. (2021). Pengaruh Brand Image dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Cold' N Brew. *JIMEA/Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2387–2397.
- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official Bts. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148–159.
- Faradasya, C. ., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image the Influence of Brand Ambassador Kpop Stray Kids and Brand Image on Purchase Decisions (Study Case of E-Commerce Shopee). *E-Procedding of Management*, 8(2), 1–9. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14755>
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Gaynor, L. (2012). *Fashion Marketing*. Wiley.
- Ghazali I. (2011a). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan). In *Semarang, Universitas Diponegoro* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:64890624>
- Iip M Aditiya. (2023). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>
- Iskuntianti, N. D., Faisal, M. A., Naimah, J., & Sanjaya, V. F. (2020). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchasing Decisions. *Journal of Business Management Review*, 1(6), 436–448. <https://doi.org/10.47153/jbmr16.752020>
- Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 14(3), 1–16.
- Juliansyah, N. (2011). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. (C. Aditya (ed.); 1st ed.). ANDI OFFSET.
- Kamila Fauzia Novianti, F. L. (2020). Brand Ambassador Tokopedia. *Banking & Management Review*, 01(03), 1369–1385. <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

- Kasali, R. (2003). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Gramedia Pustaka Utama.
- kominfo. (2019). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9th ed.). Prenhalindo.
- Kurnia, T., & Wibowo, A. P. (2023). Pengaruh brand image, brand ambassador dan halal awareness terhadap keputusan pembelian skincare berlabel halal. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 5(1), 66–72.
- Lestari, A. D., & Syarif, R. (2021). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken: Studi Kasus KFC Buaran Plaza. *Jurnal Ikraith Ekonomika*, Vol. 4(No. 3), 290–299.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Mulyana Deddy. (2008). *Metode penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ECobi.V7i1.1528>
- Oktaviani, T., Nurminingsih, & Badrunsyah. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas Pada Mahasiswa Feb Universitas Mercu Buana Cabang Jatisampurna Bekasi Tahun 2019. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 11–22. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i2.112>
- Parameswari, I. G. A. D., Sugianingrat, I. A. P. W., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Brand Image, Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Merek Samsung Di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(5), 964–976. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/3747>
- Pasaribu, A. F. & S. P. R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness

Terhadap Pembeli di Market Place (Studi Kasus pada Aplikasi Shopee). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Pembeli Di Market Place (Studi Kasus Pada Aplikasi Shopee)*, 2(1), 187–155.

Prof. Dr. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Septembfile:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf file:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf 2016). Penerbit Alfabeta.

Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>

Setyaningsih, D. K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an Munggang Bawah Di Wonosobo). *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 1(2), 311–318. <https://doi.org/10.32500/Jebe.V1i2.1226>

Shartanto, D., Djatnika, T., Ruhadi, & Triyuni, N. N. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. ALFABETA.

Shimp, T. A. (2010). Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion 8e. In *International Edition. Printed in China*. Cengage Learning. https://www.cengagebrain.co.uk/content/shimp65318_0324665318_02.01_chapter01.pdf

Situmorang, P. A., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk L'Oréal Paris Di Kota Medan. *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 47–56.

Sutan Ethanova Primolassa, M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14557–14562.

Syamsurizal, & Ernawati Sri. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Jurnal Brand, Volume 2 N(Brand Image)*, 1–7.

- Tudus, S., Supartono, S., & Satpatmanty, K. (2023). Brand Ambassador, Brand Image, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *The Management Journal of Binaniaga*, 8(1), 71–82. <https://doi.org/10.33062/mjb.v8i1.30>
- Varley, R., Roncha, A., Radclyffe-Thomas, N., & Gee, L. (2019). Fashion Marketing Communications. In *Fashion Management*. Somerset, NJ, USA: Wiley. https://doi.org/10.1057/978-1-137-50819-5_7
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 51–66.
- Wacono, T. D., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh E-WoM, Peer Group dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Filosofi Kopi Jogja. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 6(1), 1–14.
- Wigley, S. M. (2011). Fashion Marketing. In *Radar* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.5920/radar.2011.2122>
- Wisnubrata. (2019). *Shopee Gandeng Cristiano Ronaldo sebagai Brand Ambassador*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/08/14/141311820/shopee-gandeng-cristiano-ronaldo-sebagai-brand-ambassador?page=all>
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). The Influence Of Brand Image, Green Marketing Strategy, And Emotional Desire On The Purchase Decisions Of Mcdonal's Products. *Scientific Journal of Management and Business* Volume 5, No. 1, June 2020 ISSN: 2528-1208 (print), ISSN: 2528-2077 (online) [http://.ScientificJournalofManagementandBusinessVolume5, No. 1, June 2020. ISSN: 2528-1208 \(Print\), ISSN: 2528-2077 \(Online\), 5\(1\), 69–79](http://.ScientificJournalofManagementandBusinessVolume5, No. 1, June 2020. ISSN: 2528-1208 (Print), ISSN: 2528-2077 (Online), 5(1), 69–79)