DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M. J. C., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis*,*60*(3).

Alsabiyah, T. (2019). Pengaruh Gaya Hidupterhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *Vol. 70*(No. 1).

Faza, M. A. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouthterhadap Minat Beli Melalui Citra Merek (Studi Pada Smartphone Xiaomidi Kota Yogyakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Hasan, A. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosialfacebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Media Wisata*, *Volume 13*(Nomor 1).

Hendriyadi, S. &. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Prenada Media Group.

Japrianto, E & Sugiharto, Sugiyono. (2011). *Pengaruh shopping lifestyle dan fhasion involvement terhadap inpulse buying behavior masyarakat high income kota Surabaya.*Jurnal manajemen pemasaran vol 6 no 1, 32-41.

Juliartin, Muhamad, et al. (2018). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen restoran sushi Tei Kelapa Gading)*. Jurnal administrasi bisnis vol 6 no 3, 45-51

Junaidi, N. (2017). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di Hotel Grand Rocky Bukittinggi. *Jurnal Manajemen Pariwisata*.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Ed). Erlangga.

Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* (P. Kotler & G. Armstrong (Eds.); Edisi 12 J). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education,Inc.

Lutfianto, Dawud, & Dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidupterhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, *Vol. 6*(No.2).

Malik, Ghafoor, Iqbal, Ali, Hunbal, Noman, & Ahmad. (2013). Impact Of Brand Image And Advertisement On Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, *23*(1), 117–122.

Martina, Sari, dkk. (2017). Pengaruh direct marketing terhadap keputusan pembelian (survey konsumen pada restoran California fried chicken restaurant consumer). Jurnal prosiding manajemen vol 6 no 2, 1046-1051

Nismawara, I. N. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Cemilan Kerupuk Singkong Samiler "Samijali" Di Ukm Eks Lokalisasi Dolly. *Ikraith-Humaniora*, *Vol. 1*(No. 2).

Nugraheni. (2011). Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal. *Jurnal Psikologi*, *Vol. 3*(No. 1), 24.

Nugroho, R. (2013). Analisisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre-Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Choper Jersey). *Skripsi Universitas Diponegoro*.

Nurela, S. (2016). Pengaruh Direct Marketingdan Word Of Mouthterhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Butik28 Ciamis Mall. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, *3*(2).

Paendong, M. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidupterhadap Keputusan Pembelianponsel Smartfrendi Galeri Smartfrencabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *Vol. 16*(No. 04).

Pangestu, S. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *Vol. 5*(No. 1).

Poernamawati, D. E. (2018). Analisis Dimensi Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *12*(2).

Purnama, R., & Pralina, A. R. (2016). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran The Centrum Bandung. *Jurnal*

Manajemen Pariwisataa, *6*(1).

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, *03*(01).

Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen* (Cetakan 4.). Kencana.

Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Di Agoda.Com. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, *6*(1).

Sitanggang, N. E. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Pada Instagram Terhadap Keputusan Pembeliandi Geprek Bensu Medan. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Solichah, H. M. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Butik Ria Miranda Malang. *Jurnal Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*, *Vol. 5*(No. 1).

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (4th Ed.). Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Thomson. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. *Fe Usu*.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd Ed.). Andi Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaranjasa –Prinsip, Penerapan,Dan Penelitian*. Andi Offset.

Tommi, Wijaya dan Eristia. (2014). *Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera Dslr*. Universitas Kristen Satya Duta Wacana

Walukow. (2014). Pengaruh*direct Marketing*,Harga Dan Loka-Si Terhadap Keputasan Pembeliankonsumen Di Bentenan Centersonder Minahasa.

Jurnal Emba, *Vol. 1*(No. 3), 2303–1174.

Widiyanto, I. (2008). *Pointers: Metodologi Penelitian*. Bp Undip.

Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, *Vol. 15*(No. 2).