

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F., Putra, A. D., & Surahman, A. (2022). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Berbasis Android (Studi Kasus: Pada Toko Murah Jaya Alumunium). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 316–329. <https://doi.org/10.33365/jatika.v3i3.2037>
- Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158>
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Alfikri, A. W. (2023). Peran Pendidikan Karakter Generasi Z dalam Menghadapi Tantangan Di Era Society 5 . 0. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana Universitas Negeri Semarang*, 22.
- Alipudin, D., Nursanta, E., & Masitoh, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorser dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 212–219. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1433>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anwar, C. R. A. (2021). Welcome To My Playground Building Family Communication Through K-POP (Building Family Communication Through K-Pop Makassar). In *Prospect of Communication For Development In Digital Era* (Issue May). https://www.researchgate.net/publication/370938877%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/370938877_WELCOME_TO_MY_PLAYGROUND_

BUILDING_FAMILY_COMMUNICATION_THROUGH_K-
POP_Building_Family_Communication_Through_K-Pop_Makassar

- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Arfah Yenni. (2022a). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arfah Yenni. (2022b). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
[https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ&lpg=PA34&dq=Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat](https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ&lpg=PA34&dq=Konsumen+dapat+mengambil+keputusan+untuk+membeli+sebuah+produk+atau+menggunakan+uangnya+untuk+tujuan+lain.+Dalam+hal+ini+perusahaan+harus+memusatkan+perhatiannya+kepada+orang-orang+yang+berminat)
- Armando, M., Rizqy, N., Putu, N., Devi, S., Nurfatikha, P., & Rakhmawati, A. (2022). Analisis Penggunaan Paylater Untuk Belanja Online Mahasiswa di Surabaya pada Masa New Normal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(3), 1–11.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Asmita, W., & Fitriani, W. (2022). Studi Literatur: Konsep Dasar Pengukuran. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8(3), 217–226.
- Asri, S. K., & Julisman, I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Philips terhadap Minat Beli Konsumen pada Yogya Garnd Majalengka. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 282–287. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i3.40>
- Azhar, M., Sutiono, H. T., & ... (2021). The Effect Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions And Customer

Satisfaction. *Seminar Nasional* ..., 289–305.
<http://103.236.192.98/index.php/semnasif/article/view/6079>
<http://103.236.192.98/index.php/semnasif/article/download/6079/3938>

Bambang, S., & Abdur, R. (2019). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Umkm Pamokolan Ciamis. *Jurnal PRODUKTIF*, 3(2), 254–261.
<http://www.journal.umtas.ac.id/index.php/produktif/article/view/669>

Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144.
<https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>

Bramantha, H. (2019). Pengaruh Kemandirian Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa. *Madrosatuna : Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 2(1), 21–28. <https://doi.org/10.47971/mjpgmi.v2i1.63>

Budi Harto, Abdul Rozak, & Arief Yanto Rukmana. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.546>

Dermawan, E., Baktiono, R. A., & Arif, M. (2021). Lifestyle , Brand Image , Product Attributes and How They Affect on Purchasing Decisions. *IJIEEB (International Journal of Integrated Education, Engineering Business)*, 04(02), 119–127.

Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018, 2016*, 711.

Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.

Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>

Eny Setyariningsih. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap keputusan Pembelian Online (E-Commerce)Lazada Di Kota Mojokerto. *The Journal Of Business and Management*, 2(1), 1–15.

Evianah, Mustikorini, & Nuaraini. (2021). The influence of digital marketing, promotion and prices on online purchase decisions in the era of the Covid-19 pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 4(4), 9275–9281. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2939>

Farika Nikmah, W. P. (2019). The Influence of Lifestyle on the Purchasing Decision. *State Polytechnic of Malang*.

Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113–127. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>

Fauzi, F. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(1), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>

Fauziannor, F. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi di kampus STIE Pancasetia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3520–3533. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i8.1455>

Green, P., Dan, M., Image, B., Kasus, S., Followers, P., & Twitter, A. (2020).

Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.371>

Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.

Hariani, M. (2022). *Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Secara Online*. 5(2), 154–167.

Hasmalarita. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Generasi Z pada Produkproduk Perbankan Syariah (Studi Pada Pelajar Sma Di Nagan Raya). *γ787*, 8.5.2017, 204.

Herdayati, S.Pd., M. P., & Syahrial, S. T. (2019). *Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian*. 4(1), 1–11.

Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM : JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v11i1.3453>

Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>

IQBAL, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>

Isa, M., & Istikomah, R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Oxford Art Online*, 98–110. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t082385>

- 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>
- Jaenudin, A., Atmaja, I. S. W., & Amaliyah, M. V. (2022). Analisis Deskriptif Proses Keputusan Pembelian, Preferensi Dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Hitam Di Kota Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.33603/jpa.v5i1.7487>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kurniasih, N. (2021). *Pengaruh Activity Interest Dan Opinion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Fast Food Di Bandar Lampung*.
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.873>
- Lubis, A. T., Irawati, N., & Sembiring, K. B. F. (2020). The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe , Medan. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 32–40.
- Manalu, D., & Johanna Roshinta. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.416>
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi Kasus Konsumen Susu Dancow *Ekuitas*, 1(1), 1–8. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3115%0Ahttp://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3115/MegaRumintangPanjaitan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., Leliya, Pascasarjana, S., Ibn, U., Bogor, K., Hardani, dkk, Kamisutara, M., Purwanto, G., Leninkumar, V., Sukendra, I. K., Atmaja Surya, I. K., Ting, O. S., Ariff, M. S. M., Zakuan, N., Sulaiman, Z., Saman, M. Z. M., Juwitasary, H., Christian, C., ... dkk. (2019). Multivariate Data Analysis. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 6115, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1668658%0Ahttp://repository.syekh nurjati.ac.id/id/eprint/4169>
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nasa Nurul Ubay. (2023). *Pengaruh Pemasaran Digital , Citra Merek , dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih Coffee Shop di Yogyakarta Nasa Nurul Ubay*. 1(4).
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nur Inayati. (2019). Dampak Globalisasi Terhadap Perubahan Gaya Hidup Pada Masyarakat Kampung Komboi Distrik Warsa Kabupaten Biak Numfor. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 14(2), 32–40. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v14i2.86>
- Nurbaiti, D., & Rahmanullah, E. S. (2022). Faktor-Faktor Pembelian Ulang Melalui E-Commerce Di Era Inovasi Teknologi. *Duconomics Sci-Meet (Education & Economics Science Meet)*, 2, 85–92.

<https://doi.org/10.37010/duconomics.v2.5912>

Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>

Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017. (2017). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 74 Tahun 2017 Tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-Commerce) Tahun 2017-2019. *Republik Indonesia, Presiden Republik Indonesia*, 3. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/73107/perpres-no-74-tahun-2017>

Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>

Pranata, M. F., Wulansari, D., & Rohmaniyah. (2022). *Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Muda Di Koperasi Unija Sumenep*. 7(14), 1–6. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/46650/uu-no-25-tahun-1992>

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>

Prastyaningtyas, E. W., Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., Saragih, H. J. R., Pertahanan, E., Pertahanan, F. M., Adha, L. H., Asyhadie, Z., Kusuma, R., Wibowo, E. W., Kumala, S. L., & Suryaningtyas, C. D. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia (the Development of Indonesia ' S Digital Economy). *Jurnal Lentera Bisnis*, 1(2), 245–259. <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8375>

Prayogi, B. S., Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu SPECS (Studi Kasus di Toko Andra Sports Ambulu).

Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 4(2), 50–65.
<https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1696>

Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya hidup mahasiswa pengidap Fear of missing out di kota Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148. <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/867>

Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

R. Cyrus, & R. Nitin. (2011). ~IBM SPSS Exact Tests~. In 2011 (Issue January 1996). <http://www.spss.co.jp/medical/tutorial/04.html> ???

Rahman, D. (2021). Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar dan Informasi. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 9–14.

Rendy Wandra. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat). *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>

Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>

Rinda Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686>

Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, aditya H., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, T., & Arif, nina F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.

- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 6. 204752-pengaruh-promosi-penjualan-dan-kualitas.pdf
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sudarsono. (2020). Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Secara Online di Indonesia. *Senorita*, 1(1), 286–299.
- Sugianti, S. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Point of Purchase (Pop) Marketing Terhadap Costumer Experience Di Alfamidi Songka Kota* <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7531/1/SUGIANTI.PDF>
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan

Partisipan Ditinjau. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.

Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PRעיםious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.

Sutikno, H. T. (2022). Financial Performance and Financial Sustainability: The Role of Institutional Ownership as Moderating Variable. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 05(04), 1165–1172. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i4-25>

Sutrisno, Tannady, H., Wahyuningsih, E. S., Supriatna, D., & Hadayanti, D. (2022). Analysis Of The Role Of Lifestyle And Product Quality On Purchase Decisions Of Automotive City Car Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4139–4145. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Syauqi, K., Munadi, S., & Triyono, M. B. (2020). Students' perceptions toward vocational education on online learning during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 9(4), 881–886. <https://doi.org/10.11591/ijere.v9i4.20766>

Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.

Yulia, P., Soeyono, R. D., Anna, C., Afifah, N., & Gita, M. (2021). Pengaruh AIO (Activities, Interest, Opinion) Konsumen Millennial Gen Z (10-25 tahun) Pada Layanan Pemesanan Makanan Berbasis Daring (Online) Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Tata Boga*, 10(2), 286–293.

Yusmar, O., & Suyuthie, H. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Oleh Tamu di UNP Hotel & Convention Kota Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 25–31.

<https://doi.org/10.24036/jkpbb.v2i1.22772>

Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2–9.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>

