

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Andrian, Christophorus Indra Wahyu Putra, M. S., Jumawa, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- Annisa Quratul'ain, Hafidzatul Ilmi Kamila, & Siti Aisyah. (2023). Fenomena Eyelash extension: Tinjauan Hukum Kesehatan dan Islam. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 1(6), 214–226. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v1i6.585>
- Dewi, R., Azhoer Zaenal, M., & Djafar, S. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Studi Kasus Mahasiswa FEB UMI. *Center of Economic Student Journal*, 8(1), 2621–8186. <https://doi.org/10.56750/csej.v8i1.1051>
- Faisol, F., Sri Aliami, & Samari. (2022). Internal and External Factors of Consumer Behaviour: Phenomenon in Buying Decisions at the Keboen Rodjo Restaurant, Kediri. *Efektor*, 9(1), 35–47. <https://doi.org/10.29407/e.v9i1.16454>
- Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 3(2), 117–124. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Merek Fladeo di Grand Mall Padang.
- Lestari, N. T., & Faizin, M. (2022). Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim di Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 229–244.
- Listiana, S., & Sudarusman, E. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Pembelian Kosmetik Maybelline di Kota Yogyakarta* (Vol. 4, Nomor 2).
- Machfoedz, M. (2013). Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: YPKPN*.

- Maharani, A. P., & Tazliqoh, A. Z. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Produk Somethinc Melalui E-commerce. *Journal of Social Science Research*, Volume 4(Nomor 4), 11126–11135.
- Mowen, J. C., Minor, M., & Salim, L. (2002). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Ni'mah, A. (2021). Tatalaksana Eyelash Extension di Eyelash Extension Pandaan Pada Era New Normal. *e-journal*, 10 nomor 2, 1–12.
- Nuraini, I. D., & Evawati, D. (2025). Pengaruh Penggunaan Eyelash Extension pada Peningkatan Kepercayaan Diri Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Article Info ABSTRAK. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 03(04).
- Purboyo, & Huda, N. (2017). Pengaruh Faktor Eksternal, Internal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin. *Wawasan Manajemen*, 5.
- Puteri, O. R., & Efrianova, V. (2025). *Tinjauan tentang Eyelash Extension di Kota Padang*. 9 nomor 1, 7194–7204.
- Putri, A. (2025). YUME : Journal of Management Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Produk Skincare Azarine Di Al Store Kalianda). Dalam *YUME : Journal of Management* (Vol. 8, Nomor 2).
- Putriani, A. (2022). *Pengaruh Lifestyle dan Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Eyelash Extension dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019a). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019b). *Consumer Behavior*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen* (3th ed.).
- Situmorang, O. S., Sianturi, C. M., & Tobing, A. L. (2026). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Baru Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, Volume 4(Nomor 2). <https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.5277>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2 ed.). Alfabeta. www.cvalfabeta.com

- Suwarman, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (2 ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Valensia, P. A. (2023). “Dari Mata Turun ke Hati”: Penggunaan Eyelash Extensions di Kalangan Siswi Sekolah Menengah. *Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Sosial*, 6. <https://lirik.kapanlagi.com/artis/melanie-martinez/mrs-potato-head-terjemah/>,
- Wahyuni, S., & Ruyadi, Y. (2018). Faktor yang Melatarbelakangi Perubahan Gaya Hidup Anak pada Keluarga Tenaga Kerja Wanita. Dalam *SOSIETAS* (Vol. 8, Nomor 1).
- Wulandari, A. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater* [Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta]. <https://doi.org/http://repository.stimykpn.ac.id/id/eprint/473>
- Yana, W. R., & Hendrastomo, G. (2021). *Trend Eyelash Extension pada Perempuan. .. (Widya Rahma Yana)*.
- Zukhaer, K. M. (2025). *Pengaruh Konten Makeup di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Makeup Artist*.

