

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, R., Roessali, W., & Prastiwi, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Buah Jambu Air (*Syzzygium Samarangense Aqueum*) Di Pasar Modern Kawasan Semarang Tengah.
- Auliyanti, R., Wulandari, J., & Aprilia, H. (2021). Analisis Suasana Toko, Kelompok Referensi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1.
- Bilondatu, M. R. (2013). Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha di Mihanasa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, 1 No. 3.
- Chandra, F., & Pranatasari, F. D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Health Enterprise. *Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Christianti, A., & Remiasa, M. (2018). Analisa Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Asian King Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D., Marsiti, C. I., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen* (Vol. 1). Depok: RajaGrafindo Persada.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. (2013). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPF.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fredereca, B. G., & Chairy. (2010). Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3 No. 2.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hardiatmojo, F. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Membeli Daring (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah*.
- Hosmer, DW and S. Lemeshow. 2000. *Applied Logistic Regression Second Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc
- Hurlock, E. (2000). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Terjemahan. (edisi kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 (Vol. 1)*. Jakarta: Erlangga.
- KumparanFOOD. (2018, Oktober 14). *Cold Press Juice, Minuman Sehat dan Segar Kaya Manfaat*. Retrieved Desember 2021, from kumparan.com: <https://kumparan.com/kumparanfood/cold-press-juice-minuman-sehat-dan-segar-kaya-manfaat-1539495910800650546/full>
- _____. (2019, Februari 2019). *Tak Hanya Segar Sarapan Salad Bisa Membuat Mood Baik*. Retrieved Juni 2022, from kumparan.com: <https://kumparan.com/kumparanfood/tak-hanya-segar-sarapan-salad-bisa-membuat-mood-baik-1550641774501224368/3%20diakses%2029%20may%2020.30>
- Lidia , K. (2020). Peningkatan Kesehatan dengan Suplemen dan Gizi Seimbang di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Undana, 14(2)*, 63-68.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nachrowi, N. D., & Usman, H. (2002). *Penggunaan Teknik Ekonometri : Pendekatan Populer & Praktis Dilengkapi Teknik Analisis & Pengolahan Data dengan Menggunakan Paket Program SPSS*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Ricki, Y., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian : Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta. Yogyakarta: Innosain.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen : Edisi ketujuh*. Jakarta: Indeks.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Vol. 2)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumiati. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad pada Emax Apple Store Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*.
- Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian di Cade Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 2.
- Tjandra, Y., Sukrisna, A. G., Kristanti, M., & Jokom, R. (2014). Analisa Faktor-Faktor yang Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran D'Cost, Kayun. Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vista, A. B., Wiludjeng, R., & Mukson. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Semarang.
- Warayuanti, W., & Suyanto, A. (2015). The Influence of Lifestyle and Consumers Attitudes on Product Decission via Online Shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 7.
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widiyanto, I. (2008). *Metodologi Penelitian*. Semarang: CV Dikalia.