

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. A., Alamsyah, A., Herman, B., Auliyah, I., & Saleh, W. (2022). Dampak Inovasi Teknologi Dalam Mendorong Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Soppeng Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 332–341. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1177>
- Abdilla, M., & Agus, I. (2021). Keputusan Pembelian Online Saat Pandemi Covid 19 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas. <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/207/135>
- Abdulloh, A., Fahmi, M. Z., & Siswanto, I. (2019). Penggunaan media sosial (YouTube) sebagai media inovatif dalam pembelajaran di Madrasah Gresik. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5 (1), 33–37.
- Agnes Talia, M., & Lumban Batu, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Survei Pada Pengguna Iphone Di Karawang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 386–394.
- Hasbullah & Munchtar. (2022). Pengaruh inovasi produk , kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Ms Glow. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(4), 826–831.
- Almastoni, & Sipur. (2022). Analisis Citra Merek , Promosi , dan Inovasi Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Di Kembar Ponsel. *Jurnal Ilmiah Core It*, 10(3), 6–12.
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk EMINA (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143-161. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12020>
- Armstrong, K. (2015). *Marketing An Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. Pearson Education, Inc.
- Arnezt, & Williamson. (2018). *Innovate or liquidate-are all Organization convinced? A two-phased study into the innovation*. Management Decision.
- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i2.2557>
- Asnawati, & Indriastuti. (2022). *Analisis Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Atnawati, I. A. D., & Widiastini, N. M. A. (2021). Pengaruh Harga dan Inovasi

Produk serta Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kain Endek di Pasar Semarang. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 97. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29522>

- Bambang, D. P. (2020). *Strategy Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.
- Barry, & Berk. (2016). *Organization and Management*. Routledge and Kegan Paul, London.
- Blows, & Siquiera. (2017). *Effects Of Product Innovation And Organizational Capabilities On Competitive Advantage: Evidence from UK Small and Medium Manufacturing Enterprises*.
- Christiansen, & Dorson. (2016). *Innovation and Competitive Advantage Creation: The Role Of Organisational Leadership in Service Firms From Emerging Markets*. Int, Mark.
- Damayanti, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Tangcity Mall Kota Tangerang. *Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 464–478.
- De Jong, J. P. J., & D.N, D. H. (2016). *Determinanten Van Innovatief Gedrag* (18th ed.). Gedrag & Organisatie.
- Detya Wiryany, Idris, A. Y., & Ferdiansyah, J. (2019). Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Perubahan Gaya Hidup Pada Masyarakat Indonesia. *Fakultas Komunikasi Dan Desain Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia*, 23–34. <http://efendi.mhs.narotama.ac.id/2014/01/09/pengaruh-perkembangan-teknologi-informasi/>
- Exstrada, W. (2020). Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4), 729. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5577>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program Amos 24* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafez, & Amable. (2018). *A Model Of Creativity and Innovation in Organization* (Vol.10). Reseachr in Organizational Behavior.

- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education, Upper Saddle River.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widiana Bhakti Persada Bandung.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., & Lestari, A. S. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada.
- Jiang, L., Liu, Y., & Zhong, M. (2021). The impact of technology on the hotel industry. *International Conference on World Economy and Project Management*, 4(4), 269–278. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(83\)90005-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(83)90005-5)
- Johansen, E. (2019). *Use of Natural Selection and Evolution to Develop New Starter Culture for Fermented Food*. (9th ed.). Annual Review of Food Science and Technology. <https://doi.org/https://doi.org/10.1146/annurev-food-030117-012450>
- Junaidi. (2021). *Aplikasi Amos Dan Structural Equation Modeling (Sem)*. Upt Unhas Press.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Inovasi Produk terhadap Gaya Hidup*.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management and Brand Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lee, Chen, T. and, & Lee, C. (2017). *Human Resource Management: Performance Perspektif*. Harper T & Row, New York.
- Lomboan, R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 256–260.
- Mala, I. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Barokah Jati Desa Sumberjo Kecamatan Margomulyo Kabupaten Bojonegoro. *24*(1), 1–23.
- Maney, K. L., & Haris, S. (2021). A Study of the Impact of Lifestyle on Consumer Purchase Decision of Young Indians. *AIMS International Journal of Management*, 15(2), 89. <https://doi.org/10.26573/2021.15.2.2>
- Melisa, P., L. Mandey, S., & Hasan Jan, A. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Perceived Value (Studi Kasus Pada Milenial Yang Menggunakan Maskapai Garuda Indonesia). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 379–392.

<https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31515>

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revi). PT Remaja Rosdakarya.
- Monica Wolff, Willem J. F. A. Tumbuan, & Debry Ch. A Lintong. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/39411>
- Mulfachriza, Bachri, N., & Biby, S. (2021). Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank Bri Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 70–79. <http://ojs.unimal.ac.id/index.php/jmind>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Cetakan Pe)*. Cv Media Sains Indonesia.
- Najoan, P. R. F., Ogi, I. W. J., & Rogi, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2017 Jurusan Manajemen Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Manado. 10(1), 1682–1693.
- Nathaniela Christy, T., Afia, N., Firdausi, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2019). Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan: Teknologi, Gaya Hidup & Keberlanjutan. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9–19.
- Nguyen, N.-L., Tran, T.-T., & Vo, M.-P. (2020). *The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481–492. www.ijisrt.com
- Norbaiti, N., & Rahmi, W. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 80–91. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i2.96>
- Nurzanah, M., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh *Lifestyle* , *Fitur* , *Brand Image* , dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Membeli *Smartphone* Xiaomi. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Manajemen*, 2(3). miftahunnurzanah@gmail.com
- Oktavianto, R., & Kusuma Wardhani, N. I. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Sidoarjo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.22754>

- Paenchan, T., & Kookkaew, P. (2022). *Technology Acceptance Affecting Purchase Decisions for Food Delivery by Mobile Phone Application of Consumers in Phra. PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 11(1), 16–24. <https://doi.org/10.14456/psakuijir.2022.2>.
- Purwanta, Mas'ud, M., Hamzah, M. N., & Mallongi, S. (2022). *Strategi Peningkatan Kinerja Pegawai Melalui Inovasi Teknologi* (1st ed.). Jejak Pustaka.
- Ramli, S. (2023). Kreativitas Pelaku Usaha, Sosial Media Dan Inovasi Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone*. 1(1), 14–22.
- Roger, M. (2017). *Product Innovation Strategy*. New York: McGraw Hill.
- Safar, I., & HS, K. (2019). Analisis Keputusan Pembelian *Smartphone* Non Popular Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 1(2), 169–179. <https://doi.org/10.47354/mjo.v1i2.124>
- Saud, Udin S, (2018). *Inovasi dan Kreatifitas*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sangun Subarman, P., & Dunan, H. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Gaya Hidup, Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 405–424. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.279>
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images* (Lutfiah (E). Scopindo Media Pustaka.
- Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen* (Revisi). Prenamedia Grup, Jakarta.
- Setiawati, E., & Alqoodir, W. (2021). Pengaruh Teknologi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomika*, 10(2), 443–457.
- Solomon, & Michel, R. (2015). *Cunsumer Behavior: buying having and being* (11 th). New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala-Repository IMWI*, 3(1), 1–10.
- Stompzka, G. (2017). *Human Resource Management* t (15th Edition). Boston: pearson.
- Suci Pertiwi. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 10(1), 45–56.

- Sudarsana, I. P. A. E., & Yulianthini, N. N. (2021). Dominasi Harga dan Promosi serta Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Vivo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 60–68.
- Sugiyona. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (M.T. Sutop). alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. (edisi kedu). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D (2014) *Metodologi Penelitian Akuntansi / Danang Sunyoto* (A.Gunarsa (Ed); Cet. 1). Refika Aditama.
- Syafulloh, D., Widagdo, S., & Amin, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(2), 24–37. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i2.548>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wijaya, E., Hafni, L., & Chandra, S. (2020). *Lifestyle, Product Innovation, Price, And Brand Image: Impact On Purchase Decision On Samsung Smartphone*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 491–502.
- Xiao, H., & Zhang, X. (2022). *The Market Disruption Path of Green-Oriented Trajectory-Transformed Technology Innovation: A Study of Consumer Lifestyles during the “Chasm” in China’s Electric Vehicle Market*. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148488>
- 2021, *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.