

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

Arief, M. N. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah Hlm.8*. Bandung: Alfabeta.

Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haksa, R. T. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa Hlm.37*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, pembangunan, dan Pendidikan (Revisi)*. Bandung: PT Refika Aditama.

Kotler, P. d. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1 Hlm,211*. Jakarta: PT Indeks.

Kristanto, & Andri. (2008). *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gaya Media.

Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce; Teori dan Implikasi*. Yogyakarta: Candi Gerbang.

Prayitno, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.

Prinsa, B. A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Priyanto, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: MediaKom.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Amdi Offset.

Santoso, S. (2001). *Buku Latihan SPSS Parametik*. Jakarta: Gramedia.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunarya, P. A. (2011). *Kewirausahaan Hlm.240*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus hal.130*. Yogyakarta: Caps (Centre Of Academic Publishing Service).

Sunyoto, D. (2012). *Konsep dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Hlm.280*. Yogyakarta: CAPS.

## 2. Jurnal

Alsabiyah, T., Hidayat, K., & Fanani, D. (Mei 2019). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 70, 112.

Aprillia. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa Yogyakarta. *Aprillia* .

Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (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* .

Eka Kiki Febriana, Y. C. (2009). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Fadhil, F. H., & Wardhana, A. (2019). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 6, 3992.

Fathoni. (2011). *Metodologi & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Fitria, E. M. (2015). DAMPAK ONLINE SHOP DI INSTAGRAM DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PEREMPUAN SHOPAHOLIC DI SAMARINDA. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3, 118.

Hadita. (2019). Promosi dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food.

Harwan Sutomo, I. K. (2015). Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Pepaya California.

Indar , P. R. (2019). PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF DAN COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (STUDI PADA WANITA BEKERJA DI WILAYAH SURABAYA). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 512.

Meidita, Y., Suprpto, & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2, 5682.

Nasrial, O. H., & Atnan, N. (2019). PENGARUH IKLAN TV SHOPEE VERSI “GOYANG SHOPEE 9.9 SUPER SHOPPING DAY” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI SHOPEE (Survey Pada Masyarakat di Kota Bandung). *cce-Proceeding of Management*, 6, 1.

Nur Aulia Agustina, S. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Pamujo, N. Y. (2014). Analisis Pengaruh Atribut Produk, bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk merchandise. *Universitas Diponegoro Semarang* .

Philip. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PEMBELIAN SNEAKERS BRANDED OLEH GENERASI Z DI SURABAYA. *AGORA Vol. 7, No. 2* .

Pradana, M. (2015). KLASIFIKASI BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA. *MODUS*, 27.

Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal.

Pramudi, R. Y. (2015). PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK LOKAL. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT (Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen)*, 15.

Pramudi, R. Y. (2015). PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK LOKAL. *JOURNAL of RESEARCH in ECONOMICS and MANAGEMENT (Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen)*, 15, 281.

Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, XVI.

Rihardiansyah, M. R., Trianasari, N., & Kusumahadi, K. (2019). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada WWW.DJAVAHOLIDAY.COM). *e-Proceeding of Management*, 6, 2500.

Rizki, A. G., Hidayat, K., & Devita, L. D. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72, 49.

rizki, T. D. (2017). pengaruh Kualitas Pelayanan, Harg, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji KFC Coffe Kedaton Bandar Lampung.

Santri Zulaicha, R. I. (2016). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam Vol.4 No.2. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 125-136.

Setyariningsih, E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada Di Kota Mojokerto. *Bisman*, 2, 162.

Solihin, O. (2015). TERPAAN IKLAN MENDORONG GAYA HIDUP KONSUMTIF MASYARAKAT URBAN. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 5, 44.

Tangesow, N., & Tumbel, A. L. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN ONLINE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNSRAT 2014). *Jurnal EMBA*, 7, 3468.

Tantia, D. R. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI KFC COFFEE KEDATON BANDAR LAMPUNG. *SKRIPSI*, 1-83.

Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 549.

Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Kota Bandung. *JMM Online*, 678.

### 3. Web

Artaqila. (n.d.). Retrieved Januari Sabtu, 2020, from Artaqila.blogspot.com:

<https://artaqila.blogspot.com/2017/12/indikator-harga-promosi-dan-keputusan-pembelian.html>

Cirebon, I. S. (n.d.). Retrieved 01 24, 2019, from Institut Agama Islam Negeri IAIN Syekh Nurjati Cirebon: [http://web.syekh Nurjati.ac.id/info2/?page\\_id=14](http://web.syekh Nurjati.ac.id/info2/?page_id=14)

Cirebon, I. S. (n.d.). Retrieved 01 24, 2019, from Faculty Of Sharia and Islamic Economics The State Of Islamic Institute Syekh Nurjati Cirebon: [http://web.syekh Nurjati.ac.id/info2/?page\\_id=14](http://web.syekh Nurjati.ac.id/info2/?page_id=14)

Jeko. (2015, Desember 1). *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia*. Retrieved Desember 28, 2018, from Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia: <https://www.google.com/amp/s/m.liputan6.com>

Proxsis. (2013, maret Senin). *Proxsis*. Retrieved Januari Sabtu, 2020, from Proxsis: <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>

Shopee. (n.d.). Retrieved 01 24, 2019, from Shopee Karir: <https://careers.shopee.co.id/about/>

Suwardi. (2015, Mei 16). Retrieved November 11, 2019, from

<https://suwardi73.wordpress.com/>

<https://suwardi73.wordpress.com/2015/05/16/aspek-hukum-e-contract-dalam-kegiatan-e-commerce/>

Yusra, Y. (2018, Oktober 02). *Mengungkapkan Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia*. Retrieved Desember 29, 2018, from dailysocial.id: <https://www.google.com/amp/s/dailysocial.id>

CIREBON