

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, R. & Widayanto (2018) Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada.Com (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7 (1): 209-218.
- Al-Dmour,R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A. , & Khwaldeh, S.M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case, *Asian Social Science*, 13 (11):157-169.
- Das, L.N. & Panigrahi, A. (2017). Influence of Lifestyle and Attitude on Online Shopping Among It Professionals: A Case of Odisha State, *International Journal of Current Trends in Science and Technology*, 8 (1): 20458-20467.
- Engel. J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid 1, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fajaruddin, A. & Syahni, A. (2016). Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, *Islamic Economics Journal*, 2 (1): 71-90.
- Fauzi, M.P. (2018,19 April). *Shopee Ingin Selamanya Gelar Flash Sale dan Gratis Ongkir*, Artikel diakses pada tanggal 19 April 2018 melalui https://inet.detik.com/cyberlife/d-3978981/shopee-ingin-selamanya-gelar-flash-sale-dan-gratis-ongkir?_ga=2.210586773.1680579361.1524479382-511542491.1522633314.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition, Pearson Prentice-Hall, Boston.
- Hanifa, F.H. (2018). Berbagai Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion (Studi Pada Konsumen E-Commerce C2c Sophee), *Ikhraith-Humaniora*, 2(2): 54-60.
- Hawkins, Best, Coney, 2004, *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy International Edition*, Mc Graw Hill Companies, Inc.
- Hemamalini, K. (2013). Influence of Product Types on Consumer's Attitude Towards Online Shopping: An Empirical Study in the Indian Context, *International Journal of Marketing Studies*, 5(5): 41-52.

- Juju, D. & Maya, M. (2010). *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress+WP E-Commerce*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kaharu, D. & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5 (3): 1-24.
- Kerin, R.A. Hartley, S.W. & Rudelius, W. (2009). *Marketing: The Core*, Third Edition, McGraw-Hill Irwin, New York.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, 14th edition, Pearson Education, New Jersey..
- Lazer, W. (1963) Symbolism and Life Style, in Toward Scientific Marketing (Ed.) Stephen A. Greyser, *American Marketing Association*, II: 140-149.
- Loekanto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) dalam Online Shopping, *Kajian Ilmiah Mahasiswa*, 1 (3): 341-345.
- Maharani, N. & Sevriana, L. (2017). Analysis of Attitude, Motivation, Knowledge, and Lifestyle Of The Consumers In Bandung Who Shop Through Instagram, *Journal The Winners*, 18 (1): 13-23.
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan antara Motif dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee sebagai Media Berbelanja Online Pad *Shopeeholics* di Kota Samarinda, *e-Journal Ilmu Komunikasi*, 5 (4): 26 – 40.
- Murni, A. (2010). *Ekonomika Makro*, Refika Aditama, Bandung.
- Nachrowi, N.D. & Usman, H. (2006). *Pendekatan Populer dan Praktis EKONOMETRIKA Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Pangestu, S.D. & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5 (1): 63-70.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Rafidah, I. & Djawoto, (2017) Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Lazada, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6 (2):1-17.
- Rahayu, S., Zuhriyah, Bonita, S. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Kota Palembang, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13 (3): 283-299.

- Rahmawati, S.A., & Widiyanto, I. (2013). *Antecedent Keputusan Pembelian Online, Diponegoro Journal Of Management*, 2 (3): 1-11.
- Setiadi, N.J. (2010). *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Penerbit Prenada Media Grup, Jakarta.
- Mandey, S.L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Lifestyle (AIO) Consumer Buying Decision*, 6 (1): 92-100.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Penerbit Ghalia, Jakarta.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Warayuanty, W. & Suyanto, A. (2015). The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision via Online Shopping in Indonesia, *European Journal of Business and Management*, 7 (8): 74-80.
- Wardoyo & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma, *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19 (1): 12-26.
- Wells, W.D & Prensky, D. (1996). *Consumer Behavior*, John Wiley and Sons, Inc., New York.
- Wicaksono, Y. (2008). *Panduan Praktis Buka Usaha dengan Modal Laptop*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Widiyanto, I. & Prasiolowati, S.L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17 (2): 109-112.
- Yudhianto (2017, 30 November). *Ulah Ke-2, Shopee Tembus Nilai Transaksi Rp 71 Triliun*, Artikel diakses pada tanggal 19 April 2018 melalui https://inet.detik.com/consumer/d-3749332/ultah-ke-2-shopee-tembus-nilai-transaksi-rp-71-triliun?_ga=2.255133704.1680579361.1524479382-511542491.1522633314