

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga, dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 20.
- Agustin, D. R., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Variasi terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Produk Peneng (Studi Kasus pada Konsumen CV MILI ARTA Lumajanga). *Journal of Organization and Business Management*, 1.
- 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).
- Alam, S. N., & Akbar, M. A. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Aulinawan, A., Setiadi, I. K., & Nobelson. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pegipegi. *Prosiding BIEMA*, 1.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1).
- Bayu, D. J. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. Databoks.Katadata.Co.Id. databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Waller, D., & Powell, I. H. (2020). *Advertising : An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw Hill Education.
- Cherstiawan, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian di Tokopedia pada Mahasiswa Universitas Kristen Krida Wacana. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 19(2).
- CNN Indonesia. (2018). *Konsumen Protes, Transaksi “Flash Sale” Tokopedia Bermasalah*. www.cnnindonesia.com/teknologi/20180527140817-185-301643/konsumen-protos-transaksi-flash-sale-tokopedia-bermasalah
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Rajagrafindo Persada.

- Databoks. (2020). *Ragam Alasan Konsumen Pilih Berbelanja Online*. databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital Beserta Studi Kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SMARTPLS 3.0 Edisi 2* (2nd ed.). Badan Penerbit Undip.
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com. *Prosiding BIEMA, 1*.
- Hanyda, M. I. (2020). *Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Al Barokah)*.
- iprice insights. (2020). *Peta E-Commerce Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (1st ed.). Penerbit Andi.
- Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA, 6(2)*.
- Kinanti, A. L. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online Melalui E-Commerce. In *Repository.Usd.Ac.Id*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

- Kumparan. (2020). *Regulasi Tokopedia Larang Pengguna Hapus Akun, Langgar Hak Data Pribadi*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparannews/regulasi-tokopedia-larang-pengguna-hapus-akun-langgar-hak-data-pribadi-1tNCp40Q9au>
- Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kusuma, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Website Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Islam Indonesia). *Journal Competency of Business*, 3(1). <https://doi.org/10.47200/jcob.v3i1.670>
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1).
- Le, N. B. M., & Hoang, T. P. T. (2020). Measuring Trusts And The Effects On The Consumers' Buying Behavior. *Journal of Distribution Science*, 18(3). <https://doi.org/10.15722/jds.18.3.202003.5>
- Mahendra, D. I. (2020). *E-Commerce Bakal Jadi Gaya Hidup Baru*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/ekonomi/ekonomi-digital/GNI4d7VN-e-commerce-bakal-jadi-gaya-hidup-baru>
- Mauludiyahwati, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan e-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id)*.
- Media Konsumen. (2019). *Beli Handphone di Tokopedia Datang Hanya Dus Saja, Duit Pembeli Malah Ditahan*. <https://mediakonsumen.com/2019/12/22/surat-pembaca/beli-handphone-di-tokopedia-datang-hanya-dus-saja-duit-pembeli-malah-ditahan>
- Media Konsumen. (2020). *Penipuan dengan Modus Phishing di Tokopedia, Dana Refund Raib Dibajak*. <https://mediakonsumen.com/2020/10/19/surat-pembaca/penipuan-dengan-modus-phishing-di-tokopedia-dana-refund-raib-dibajak>
- Merdeka. (2020). *Deretan E-commerce Tawarkan Diskon Menarik di Masa Pandemi*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/deretan-e-commerce-tawarkan-diskon-menarik-di-masa-pandemi-cek-detilnya.html?page=1>
- Minarti, M. S., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3).
- Mohiuddin, Z. A. (2018). Effect of Lifestyle on Consumer Decision Making: A

- Study of Women Consumer of Pakistan. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 2(1).
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada. *JEMBATAN*, 15(2).
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Saluran Dstribusi Terhadap Keputusan Pembelian Furing Prima Pada PT. Biru Indokon. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*, 6(1).
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo.
- Orji, M. G., Oyenuga, M., & Ahungwa, A. I. (2020). Effects of Sales Promotion on Consumer Buying Behavior of Food Seasoning Among Nigerian House Holds: A Case Study Of Nestle Maggi Naijapot'. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.33258/birci.v3i1.724>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3).
- Richard, M. (2018). *Marketplace Indonesia Semakin Kompetitif di Asean*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180822/12/830449/marketplace-indonesia-semakin-kompetitif-di-asean>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi* (16th ed.). Salemba Empat.
- Rohmah, M., & Lubis, E. E. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *Jurnal Online Mahasiswa*, 5(2).
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.
- Saputra, W. O. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Situs e-Commerce Lazada*. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester VI Program Studi Sarjana Manajemen STIE Sultan Agung). *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1).

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. PrenadaMedia Group.
- Shinta, R. E., & Lestari, W. (2019). The Impact of Financial Knowledge, Lifestyle Pattern on Career Woman Financial Management Behaviour with Locus of Control as. *Journal of Business & Banking*, 8(2).
- Simanjuntak, U. B. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Sumatera Utara*.
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M. ., & Kristiadi, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Sushimas. *Jurnal EDUTURISMA*, IV(1).
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Surliana, Zulkarnaen, Irianto, & Kisnawati, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Lazada). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)* (3rd ed.). Penerbit Andi.
- Tokopedia. (2020). *Tokopedia Ungkap Kategori Produk Paling Diburu Selama Pandemi*. <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-ungkap-kategori-produk-paling-diburu-selama-pandemi/>
- Usman, E. (2016). *Psikologi Konsumen*. Rajawali Press.
- Vigna, J. P., & Mainardes, E. W. (2019). Sales promotion and the purchasing behavior of food consumers. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(3).
- Warren, K. J. (2017). *Global Marketing* (9th ed.). Pearson.
- Widyastuti, R. A. Y. (2020). *Banyak Dikeluhkan Lewat YLKI, Perusahaan E-Commerce Angkat Bicara*. *Bisnis.Tempo.Co*. <https://bisnis.tempo.co/read/1295298/banyak-dikeluhkan-lewat-ylki-perusahaan-e-commerce-angkat-bicara/full&view=ok>
- Wijaya, D. (2020). *Marketplace Pedia*. Laksana.
- Yuliyanto, J. (2021). *E-Commerce, Menghidupkan atau Mematikan UMKM?* *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/joko-interisti/e-commerce-menghidupkan-atau-mematikan-umkm-1wGuBoqASSg/1>

