

DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, *161*, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Andhini, A. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*, 1–23.
- Cantika, E. P., & Mustofa, R. H. (2021). *Pemasaran Bisnis Baju Tie Dye Secara Online*.
- Dalihade, P. M., Massie, D. . J., & Tielung, V. . M. (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(3), 3538–3548. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17617>
- Emor, R. Y., & Soegoto, A. S. (2015). *the Influence of Price Discounts, Brand Image, and Servicescape Towards the Purchase Decision of Consumers Indomaret Tanjung Batu*. *3*(2), 738–748.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, *2*(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen , Perilaku Konsumtif ,Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi online (E-commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, *01*, 94–103.
- Herman. (2020). *APJII : Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. BeritaSatu.Com.
- Kominfo. (2018). *Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband*.

- https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*. 3, 433–440.
- Musanna, & Hismendi, M. S. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Belanja Online (Studi Kasus Belanja Mahasiswa Menggunakan Media Sosial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala). *Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 224–236.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Putri, J. W. (2015). Factors Affecting Customers Online Search Intention and Online Purchase Intention using Social Networks : Case Study of Online Shop on Instagram. *IBuss Management*, 3(2), 232–240.
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya*. 10(2), 178–185. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5916>
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Devita, L. D. R. (2017). 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 (JAB)*, 72(2), 49–56.

- Rohman, A. A., & Widjaja, S. U. M. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 107–117. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/3195>
- Sahanaya, G. A. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(1), 126–131. <https://ojs.unm.ac.id/tekpend/article/view/22613>
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.
- Siregar, A., & Rasmehwahni. (2020). *Pengaruh Transaksi Online Shopping, Kepercayaan dan Risiko terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce*. 1(2), 85–92.
- Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.
- Suranto, Sari, D. E., & Narimo, S. (2022). Optimalisasi Penggunaan digital marketing melalui sosial media dan E-commerce pada industri kecil menengah di desa Kingkang, kabupaten Klaten. *J-Abdipamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 123–136.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andy Offset.
- Yulianto, A. R., Subariyanti, H., & Wardhana, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 22(2).