

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- alamsyah, doni purnama. (2016). Kepercayaan konsumen pada produk organik. *Kepercayaan Konsumen Pada Produk*, IV(2), 146–155.
- Amin, A. M. (2020). *Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada . co . id The Effect of Trust , Easiness , and Promotion on Online Purchase Decision Of Lazada . co . id*. 1(1), 78–96.
- Andini, I. dan wardoyo. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas gunadarma. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19.
- Brian dan suryono. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Jurnal Manajemen*, 7(1996), 1–20.
- Cleopatra, M. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar. *Gaya Hidup Dan Motivasi*, 5(2), 168–181.
- Dewi, E., & Tarigan, S. (2016). Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Eksasari, N. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Apple. *Digest Marketing*, 1(1), 65–72.
- et al, trisna kiki. (2014). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Samsung Galaxy. *Bisnis Manajemen*, 2(031).
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istiqomah. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Ekonomi Manajemen*, 2(July), 557–563.
- Jamaludin, A. (2015). *Keputusan pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)*. 21(1).
- Khairunissa, ramdani et al. (2019). *Representasi gaya hidup modern dalam vlog*.
- Kusmanto, H. (2014). *Pengaruh Berpikir Kristis Terhadap Kemampuan Siswa Dalam Memecahkan Masalah Matematika*. 3(1).
- Mawardi. (2019). *Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa*. (1), 292–304.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). *Jurnal manajemen*. 5, 45–52.
- Pratama, R., & Salim, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. 7(1), 35–51.
- Setyariningsih, E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada di Mojokerto. *Bisnis Dan*

- Manajemen*, 2, 150–164.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan VI. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Mcknight, D.H., V. Choudury., & C.J. Kacmar, (2002). Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*.13(3), 334-339.
- Johar, M. R. (2013). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian pada Aldila Resto di Semarang. *Jurnal JIBEKA*, Volume 7, No. 2, Agustus 2013, 227.
- Khan,M. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Age International. New Delhi: Limited Publisher
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- <https://wartakota.tribunnews.com/2018/07/23/media-sosial-dan-toko-online-jadi-referensi-belanja-orang-indonesia>.