

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103–150.
- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 398-408.
- Adi Ahdiat, (2022). Rata-rata jumlah pengunjung Situs Tokopedia per-Bulan (Kuartal I 2019-Kuartal III 2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-tokopedia-sampai-kuartal-ii-2022> Diakses pada 16 Desember 2022,
- Aini, E. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8 (1), 17-27
- Akbar. 2011 peran harga sebagai kualitas jasa persepsi dan pengaruh terhadap kemungkinan membeli konsumen. *Fokus manajerial*, Vol. 2, No. 2.101-120.
- Akdon & Ridwan (2008). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi & Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi
- Anissa, N., Zaini, O. K., et all (2020). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Smartphone Xiaomi (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Xiaomi di Kelurahan Harapan Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 4(2)
- Arikunto, 2015, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125-131.
- Cannon, Joseph P., dkk. (2011). *Pemasaran Dasar*, Edisi 16 pendekatan manajerial Global jilid 2. Jakarta: salemba empat
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Study kasus pada Yamaha Mio PT. Harpindo Jaya Semarang. [Universitas Diponegoro]. <http://eprints.undip.ac.id/23755/>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen (5th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Fitria, et al, 2018, Pengaruh Citra Merk, Preferensi Konsumen, Word of Mouth, Kepercayaan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa GoRide, Diponegoro Journal of Management Volume 7, Nomor 2.
- Frontier. (2022). Top Brand Index Tokopedia. <https://www.topbrand-award.com/> Diakses pada 12 Desember 2022,
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Spss 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. 2013. Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Jakarta.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P, dan Keller, K. L. (2012). Marketing Management 14th edition. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). Dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). E-Comerse 2016 business, (12th ed.). England: Britis Library Cataloguint-in.
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian cafe jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Malonda D, et al. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA* Vol.6.No.4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20997/20709>. Diakses tanggal 15 Desember 2021.
- Manap, A. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Mitra Wacana Media. Jakarta

- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy* (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Priansa & Jonni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontenporer*. Bandung: Alfabet.
- Purbiyanto, E. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air Minum Syekher Water. *Journal Of Applied, Social, And Education Studies*, 2(1), 70-86. <https://doi.org/https://doi.org/10.52187/rdt.v2i1.35>
- Rahmadika, N. A. dkk. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jeans Levis's (Studi Pada Mahasiswa aktif DIV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2017/2018). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4 (2).
- Rahmanisa, F., & Mardhiyah, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Marketplace Shopee (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura). *Journal of Social Research*, 1(10), 1189-1198.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervonc. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 96826
- Samosir, M. V. (2016) Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. . [Skripsi]. Sumatera Utara (ID): Universitas Sumatera Utara <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/20476>. Diakses tanggal 15 Desember 2021
- Sangadji dan Sopiah (2013), *Definisi perilaku konsumen, buku pendekatan praktis*, Penerbit (Andi Yogyakarta)
- Santi, A., & Mardah, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa GoRide (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi) Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 224-231.

- Sugihartati, Rahma. 2010. *Membaca, Gaya hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT.Alfabet.
- Sutardjo, D.,et al. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Word Of Mouth dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, F. (2012). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Vania senggetang, et al, “Pengaruh lokasi, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada perumahan kawana emerald city manado”*Jurnal EMBA Vol. 7 No. 1 Januari 2019*.
- Wijaya, T. A., & Budiani, M. S. HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI HARGA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI DAERAH SURABAYA.