

DAFTAR PUSTAKA

- Apa yang Diungkapkan Data Tentang Pasar Online Indonesia dan Global?. (2020, 2 Mei). *Marketingcraft.getcraft.com*. Diakses dari website: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/apa-yang-diungkapkan-data-tentang-pasar-online-indonesia-dan-global>
- Ardiani, E. (2015). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Online dengan Media Sosial Melalui Minat Beli* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Aryanto, A., & Tjendrowasono, T.I. (2012). Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta. *Jurnal Teknologi Informatika Universitas Surakarta*.
- Astuti, D.E. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *ejournal psikologi, 1(2), 148-156*.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Data Prospek Belanja Online dan Bisnis Online. (2019, 20 September). *Kompasiana.com*. Diakses dari website: <https://www.kompasiana.com/webpraktis/54f77a86a333116f6c8b4583/data-prospek-belanja-online-bisnis-online>
- Dermawan, R. (2004). *Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Efendi, I. (2019, 23 September). Keuntungan Berbelanja Secara Online. *It-jurnal.com*. Diakses dari website: <https://www.it-jurnal.com/keuntungan-berbelanja-secara-online/>
- Elissa, I., & Mujiyana, M. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. *Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Firmansyah, G. (2012). Pengaruh Harga, Reputasi Vendor, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen*.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Haryanto, A. T. (2019, 20 September). Pengguna Internet Indonesia di Dominasi Milenial. *Inet.detik.com*. Diakses dari website: <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2011). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Janis, I.L., & Mann, L. (1977). *Decision Making*. New York: Free Press.

- Kaur, R. (2018). *Hubungan Konsep Diri dengan Pengambilan Keputusan pada Mantan Pengguna Narkoba* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Keuntungan dan Kerugian Belanja Online. (2019, 20 September). Diakses dari [murdockcruz.com](https://www.murdockcruz.com) website: <https://www.murdockcruz.com/2016/01/03/keuntungan-dan-kerugian-belanja-online/#.X1g1tXkzbiU>
- Kusumowidagdo, A. (2010). Pengaruh Desain Atmosfer Toko terhadap Perilaku Belanja Studi atas Pengaruh Gender terhadap Respon Pengunjung Toko. *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Ciputra*.
- Laudon, J., & Laudon, K. C. (2005). *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Mahatma, R. (2019, 13 November). Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-commerce di Saat Ini. *Buattokoonline.id*. Diakses dari website: <https://buattokoonline.id/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>
- Mardiah, A. (2010). Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Universitas Islam Negeri Suska Riau*.
- Maryati, W. R. (2013). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prabayar Simpati di Kebumen. *Jurnal Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo*.
- Mukti, G. (2016). *Gambaran Dimensi Dominan Pengambilan Keputusan pada Pemuda di Kalideres untuk Menggunakan Ganja* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Oktari, A.D., Dewi, R. S., & Febriana, S. K. T. (2014). Hubungan Antara Gaya Hidup Konsumtif Dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pelanggan Toko Emas di Kawasan Banjarmasin-Banjarbaru-Martapura. *Jurnal Psikologi Universitas Lambung Mangkurat*.
- Prahasty, H. S. (2018). Hubungan Antara Self Control Dengan Intesitas Membeli Melalui Pembelanjaan Online Pada Karyawan Yang Sudah Menikah. *Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Pratomo, Y. (2019, 16 Mei). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. *Tekno.kompas.com*. Diakses dari website: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- Priyanmar, D. A. (2016). *Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal* (Skripsi). Universitas Gunadarma.
- Putera, A. D. (2019, 20 September). Jumlah Pembeli "Online" Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi. *Ekonomi.kompas.com*. Diakses dari website: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>

- Putri, S. M. S. (2018). Makna Gaya Hidup “Brand Minded” Pada Konsumen Sosialita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Islam Bandung*.
- Rahadjeng, E.R. (2011). Analisis Perilaku Investor Perspektif Gender Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Salusu, J. (2004). *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Erlangga.
- Sidabutar, N. (2018). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswi Pengguna Online Shopping di Universitas Esa Unggul* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Sihaloho, N., & Nasution, I. K. (2012). Tahapan Pengambilan Keputusan Menjadi Pekerja Sekes Komersial pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi Universitas Sumatera Utara*.
- Simon, H. A. (1993). Decision Making: Rational, Nonrational and Irrational. *Jurnal Educational Administration Quarterly Vol.29 No.3*.
- Stanislaus, S., & Pratiwi, P. E. (2012). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Membeli pada Mahasiswa Konsumen Oriflame di UNNES. *Jurnal Psikologi Universitas Negeri Semarang*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Syukro, R. (2020, 14 Juni). Ini Lima Kota yang Paling Aktif Berbelanja Online. *Beritasatu.com*. Diakses dari website: <https://www.beritasatu.com/yudodahono/ekonomi/339699/ini-lima-kota-yang-paling-aktif-berbelanja-ionlinei>
- Wahyuni, T. (2019, 25 November). Cerita Unik Dari Para Penggila Belanja Online. *Cnnindonesia.com*. Diakses dari website: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151211182107-277-97643/cerita-unik-dari-para-penggila-belanja-online>
- Widowati, H. (2019, 30 September). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat di Dunia. *Databoks.katadata.co.id*. Diakses dari Website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/112286/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: Umum Press.