

## DAFTAR REFERENSI

- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). *Green Marketing dan Quality Brand* Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>
- Ali, H. dan L. P. (2017). *Millenial Nusantara*. <https://ebooks.gramedia.com/id/buku/milenial-nusantara>
- Alvi Zumaroh Putri, I. R. P. (2018). Gaya Hidup dan Harga berpengaruh secara Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Di Elzatta Hijab Kawi Malang. <https://docplayer.info/132985317-Pengaruh-gaya-hidup-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-produk-moslem-fashion-di-elzatta-kawi-malang.html>
- Ananda Fani Muhammad. (2017). 3 Contoh Gaya Fashion Untuk Generasi Millenial. <https://thread.zalora.co.id/stop-think-old-ini-3-contoh-style-untuk-kaum-milenia-e67e911d1c3c>
- Anjani Dewinta Novia<sup>1</sup>, Budi Lestari Retno<sup>2</sup>, J. R. J. M. S. M. D. P. (n.d.). Analisis Pengaruh Kepercayaan Kualitas Pelayanan Serta Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di *e-commerce* Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP). Retrieved November 8, 2021, from <https://123dok.com/document/y4xgdvz-analisis-pengaruh-kepercayaan-pelayanan-keputusan-commerce-mahasiswa-manajemen.html>
- Annisa. (2021). 5 Perbedaan Generasi Millenial Dan Generasi Z Dalam Dunia Kerja <https://www.ekrut.com/media/ini-perbedaan-generasi-millenial-dan-generasi-z-dalam-dunia-kerja>
- Aulia, R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Proses, Promosi, Keragaman Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. [http://repo.stkip-pgri-sumbar.ac.id/id/eprint/12627/2/PDF\\_ABSTRAK.pdf](http://repo.stkip-pgri-sumbar.ac.id/id/eprint/12627/2/PDF_ABSTRAK.pdf)
- Claudia Stefani. (2020). Strategi Promosi Terhadap Warung Bubur Ayam Amelia Melalui Aplikasi Ojek *Online*. <http://repository.uib.ac.id/3082/5/k-1641001-chapter2.pdf>
- Dahmiri, Hasbullah, H., & Sefrita sari, S. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Terhadap

- Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Eny Setyaningsih. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online (e-commerce)* Lazada Di Kota Mojokerto. <http://ejournal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/447/244>
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.331>
- Erwin, E., & Sitingjak, T. J. R. (2017). Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *Business Management Journal*, 13(2). <https://doi.org/10.30813/bmj.v13i2.916>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61–76. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Millennial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 183–192. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329>
- Ghozali. (2016). Universitas Diponegoro aplikasi analisis multivariate IBM SPSS.
- Hair, J.F., Page, M., & Brundsveld, N. (2019). *Essentials of business research methods*. Routledge.
- Hartanto, S. (2021). Strategi Zalora Indonesia Mengelola Bisnis Fesyen Di Tengah Pandemi. *Jurnal Imagine*, 1(1). <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/imagine>
- Herosian, M. Y., & Samvara, M. A. (2020). *The Effect Of The Use Of Digital Marketing And The Ease Of Access Of Online Shopping Application Services In Improving Purchasing Power Of The Community Of The Medan City In The Era Revolution Of The Marketing Industry 4.0*. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 10–26. <https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.825>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Millennial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Huda, I., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32–40.

- Jayani, D. H. (2020). Zalora Jadi *E-Commerce* Fesyen Terlaris Kuartal III 2020. Databoks.Katadata.Co.Id, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/08/zalora-jadi-e-commerce-fesyen-terlaris-kuartal-iii-2020>
- Kanuk & Schiffman. (2017). *Perilaku Konsumen* (ed. 8). <https://doi.org/Bibliografi:hlm.521-522>
- Kotler & Keller (2018). *A Framework for marketing management*. Pearson Education Limited. <https://www.pearson.com/uk/educators/higher-education-educators/program/Kotler-A-Framework-for-Marketing-Management-Global-Edition-6th-Edition/PGM1091049.html>
- Lau, G. T. and S. H. L. (n.d.). *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand loyalty*. *Journal of Market Focused management*.
- Lestari, D. P., & Murtiyanto, R. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *e-Commerce B To C Platform* Id.Id. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6, 161–164.
- Liliana Dewi. (2020). Kecewa Dengan Pelayanan Zalora. <https://mediakonsumen.com/2020/12/05/surat-pembaca/kecewa-dengan-pelayanan-zalora>
- Lugra Augusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). *Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Made Febri Purnama Sari, D., & Gede Sri Dwiya, K. (2018). *Strategi Digital Marketing, Word of Mouth (Wom), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek*. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(2), 188–198.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh *Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Michael Paulus Wullur. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse ( Studi Kasus Mahasiswa Stiesia. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2932>
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. . (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.

- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacock coffee Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5, 63–70.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). *Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness* Dan Keputusan Pembelian Kopi Millenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Praharjo, A. (2019). Perilaku pembelian secara online generasi millennial indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi*, 19(1), 222–230. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/Medek/article/view/4890>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rezha Devi Anggreini & Suparwati. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di *Adorable Projects* Cimahi Jawa Barat. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1974/1532>
- Rossanty, Y., Nasution, M, D, T, P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millenial*. In *Consumer Behaviour in Era Millenial* (p. Hal.96).
- Rudi Yacub & Wahyu Mustajab. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) Terhadap *Brand Awareness* Pada *E-Commerce*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/article/view/24275>
- Ryan, N. A. (2018). *In Brands We Trust (Internatio)*.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing, Word of Mouth*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh *E-Wom, Lifestyle*, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket *Online* ( Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *E Journal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474–487.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. 4(1), 26–37.
- Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi.

Journal of Business and Banking, 9(2), 323.  
<https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078>

Sugiyono. (2016c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.

Susilo, J. H., Kholilurrohman, & Wuryaningsih. (2019). Perilaku Gaya Hidup Generasi Muda dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Investasi Islam*, 4(1), 1–18.

Tri Rachmadi. (2020). *The Power Of Digital Marketing*.  
[https://play.google.com/store/books/details/The\\_Power\\_Of\\_Digital\\_Marketing?id=RCzyDwAAQBAJ&hl=in&gl=US](https://play.google.com/store/books/details/The_Power_Of_Digital_Marketing?id=RCzyDwAAQBAJ&hl=in&gl=US)

Ulty. (2019). Kelebihan dan Kekurangan Zalora.  
<http://lancanguning.com/post/10836/kelebihan-dan-kekurangan-zalora.html>

Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh *Lifestyle, Perceived Ease of Use* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Pakaian Online. *Psyche 165 Journal*, 12(2), 165–173. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v12i2.36>

Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 19(1), 12.  
<https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>

Yuli, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Miniso Di Asahan (Studi Kasus Mahasiswa fakultas Ekonomi Una). 1–12.