

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alika, R. (2020). *Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial untuk Pacu Penjualan saat Pandemi*. Jakarta: Katadata.co.id. Retrieved from <https://katadata.co.id>
- Alim, A. (2022). *Kredivo Jalin Kemitraan dengan Retail Fashion, Beli Merk Kelas Dunia Bisa Paylater*. Sumatera Selatan: Kantor Berita Republik Merdeka SUMSEL. Retrieved from <https://www.rmolsumsel.id/>
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend *Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 125-131.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baiduri, R. (2013). Pergeseran Gaya Hidup Perempuan Kota: Studi kasus konsumsi "fashion" di Indonesia. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, 21-28.
- Bayu, D. (2022). *Inilah Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Usia*. Jakarta: dataindonesia.id. Retrieved from <https://dataindonesia.id>
- Catriana, E. (2021). *Survei: 73 Persen Konsumen RI Menilai Belanja Online Lebih Mudah Dibandingkan Belanja di Toko*. Jakarta: Kompas.com. Retrieved from <https://money.kompas.com>
- Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. (1994). *Perilaku Konsumen* (6 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fadlillah, A, S, (2021). Pengaruh Persepsi Terhadap Iklan Dengan Keputusan Pembelian Secara *Online*. (Skripsi). Retrieved from <https://eprints.walisongo.ac.id/>
- Gultom, M, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Fashion* Wanita Di Rynboutique Medan. (Skripsi). Retrieved from <https://repositori.usu.ac.id/>
- Hasibuan, L. (2020). *Warga Jabodetabek Kini Lebih Suka Belanja Online, Kalau Kamu?* Jakarta: cnbcindonesia.com. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com>
- Hasya, R. (2022). *Pakaian Jadi Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia Ketika Belanja Online*. Jakarta: goostats.id. Retrieved from <https://goodstats.id>
- Hurlock, E. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Islami, N. A. (2022). *Tiktok Mempengaruhi Trend Fashion*. Jakarta: kompasiana.com. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/>

- KBBI (2022). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Retrieved from <https://kbbi.web.id>
- Khaerunnisa, R. (2021). *Survei Markplus: Produk Fesyen Lokal jadi Favorit di "E-Commerce"*. Jakarta: Antaranews.com. Retrieved from <https://www.antaranews.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lasono, I. N. (2021). *Shopee Catat 11 Juta Produk Terjual dalam Lima Menit Pertama Kampanye 11.11 Big Sale*. Jakarta: kompas.com. Retrieved from <https://money.kompas.com/>
- Lutfiyah. (2020). Pengaruh Brand Image, Media Sosial Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Minat Belanja *Online*: Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSA Surabaya. (Skripsi). Retrieved from <https://digilib.uinsby.ac.id/>
- Manalu, M., & Nurhamlin. (2017). Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosiologi*, 4, 1-14. Retrieved from <https://media.neliti.com>
- Papalia, D., Old, S. W., & Feldman, R. D. (2008). *Human Development (Psikologi Perkembangan)* (9 ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Populix. (2021). *Menelusuri Lebih Jauh Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia*. Jakarta: Populix.co. Retrieved from <https://info.populix.co>
- Sasongko, G. H., & Fitria, S. (2021). Analisis Pengembangan Bisnis ChainforeaL. *Jurnal Manajemen*, 10, 1-15. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Setiawan, S. R. (2019). *Studi: Konsumen Indonesia Belanja Online hingga 5 Kali Sebulan*. Jakarta: kompas.com. Retrieved from <https://money.kompas.com>
- Setyowati, D. (2022). *Surveri KIC: Gen Z dan Milineal Pakai Paylater untuk Belanja Busana*. Jakarta: Katadata.co.id. Retrieved from <https://katadata.co.id/>
- Solichah, N., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk *Fashion* pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 1-8. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susianto. (1993). Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenali Kebutuhan Anak Muda. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*, 55-76. Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- Tim APJII. (2020). *Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI*. Jakarta: Buletin APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Retrieved from <https://apji.or.id>
- Tobing, A. F. (2019). Perilaku Hedonisme Pada Wanita Sosialita. *Jurnal Psikologi*, 48-54. Retrieved from <http://jurnalfpk.uinsby.ac.id/>
- Utari, N. (2019) Pengaruh Harga Diri Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Sumatera Barat Yang Kuliah Di Pulau Jawa. (Skripsi). Retrieved from <http://repository.unp.ac.id/>
- Zuraya, N. (2019). *Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Pamekasan: Republika.co.id. Retrieved from <https://www.republika.co.id>