

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Rizwan Raheem (2015). Influence of Lifestyles and Cultural Values on Impulsive Buying Behaviour. *Journal of Culture, Society and Development* ISSN 2422-8400 An International Peer-reviewed Journal Vol.10,2015.
- Ainun Fika Budi Aji Saputri, 2015, Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Resiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia.com.
- Alentra Ratna Juliana Purba, 2014, Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android.
- Ana Trihastuti, 2013, Pengaruh Dimensi Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online.
- Bintang Jalasena Anoraga dan Sri Setyo Riani, 2013, Pengaruh Gaya Hidup, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Samsung Galaxy. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.1 No.4 Juli 2013.
- Cicilia Desy Widya Permatasari, 2015, Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian secara online.
- Della Aresa, 2012, Pengaruh Gaya Hidup terhadap Repurchase Intention. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia
- Devi Indrawati, 2015, Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* Vol.15 No.2 Juli-Desember 2015 : 302-319

Dian Kurnia, 2016, Pengaruh Kepercayaan, Orientasi Belanja, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Busana secara online (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung), Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.

Isnain Putra Baskara dan Guruh Taufan Haryadi, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nusawantoro

Kevin Andro Meda, 2014, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keragaman Produk Pakaian Via Online terhadap Keputusan Pembelian secara online.

Luh Alviolita Kusuma, 2015, Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli secara Online. Jurnal Manajemen Vol.4 No.8, 2-15 : 2380-2406.

Moch Suhir, Imam Suyadi dan Riyadi, 2014, Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian secara online. (Survei terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id). Jurnal Administrasi Bisnis Vol.8 No.1 Februari 2014

Ni Made Shita Kusuma Wardani dan Saino, 2013, Pengaruh Citra Toko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian online pada NDY Shop. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1 No.2 Maret 2013

Nina Maharani dan Lutvi Sevriana, 2015, Analisis Sikap, Motivasi, Pengetahuan dan Gaya Hidup Konsumen Factory Outlet di Bandung. ISSN 2089-3590, EISSN 2303-2472 Vol.5 No.1, 2015.

Sri Rahayu, Zuhriyah dan Silvi Bonita, 2015, Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa terhadap Keputusan Pembelian secara Online di kota Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.13 No.3 September 2015

Venny Rizky Amelia Aziz, 2015, Pengaruh Persepsi Resiko dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara online melalui Blackberry Mesenger. Jurnal Psikologi, Volume 4, Nomor 1, 2015: 99-106

