

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adi Sukma. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites". Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
- Ahmed, Rizwan Raheem 2015. Influence of Lifesyle and Cultural Values on Impluse Buying Behaviour. Journal of Culture, Society and Development ISSN 2422-8400 An International Peer-received Journal Vol.10,2015
- Andromeda, S. 2014. *Hubungan Antara Empatidengan PerilakuAltruismepadaKarang Taruna Desa Pakang. Skripsi.* Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Anggitasari, Annisa Mayga. 2016. Pengaruh EWOM Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta). Yogyakarta: tidak diterbitkan
- Alentra Ratna Juliana. 2014. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian SMARTPHONE Berbasis Android. *Jurnal ProdiManajemenBisnis Telekomunikasi Dan Informatika, FakultasEkonomiDan Bisnis, UniversitasTelkom*
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Bachmann, & Zaheer. 2006. *Handbook of Trust Research.* Cheltenham: Edward. Elgar Publishing.
- Bataineh , Abdallah Q 2015 *The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image.* International Journal of Marketing Studies, Vol 7. No 1
- Doney, P.M., and Cannon, J.P., 1997, "An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship, "Journal of Marketing". April, pp. 35-51.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. 2010. *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Jalilvand, M.R. & Samiei, N. 2012, The Effect of *Electronic Word of mouth* on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran, *Marketing Intelligence & Planning.* Vol.30 No.4, pp.460-476.
- Kamtarin. Milad. 2012 "The Effect of Elec- tronic Word of Mouth, Trust and Perceived Value on Behavioral Intention from the Perspective of Consumers" *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences.* Vol. 1, No. 4
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya*". Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012, *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit. Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition,., Pearson Education, Inc

- Khrishnan Zayasree. 2011. *Lifestyle a Tool for Understanding Buyer Behaviour*. *Intm Journal of Economic adn Management Volume r Number 1*,
- Lamb, Charles W. Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. 2002, *Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology*. *Information Systems Research* 334-359.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nina, Aimasari,. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita UMKM di Kota Bandung Tahun 2015)*. Universitas Telkom Bandung.
- Nugraheni. 2011. Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal. *Jurnal Psikologi*. 3 (1), 24
- Praja, D.D., & Damayantie, A. 2013. Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sociologie*. Lampung: Jurusan sosiologi FISIP Universitas Lampung. Vol. 1. No. 3 (184-193).
- Priansa, Donni Junni . 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rofiq, A. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*trust*) Terhadap Partisipasi Pelanggan *e-commerce* (Studi Pada Pelanggan *E-commerce* Di Indonesia). Tesis (dipublikasikan), Universitas Brawijaya, Malang.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., 2014, Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop, *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 8 No 2*
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2009. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Silva L. Mandey. 2009. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal*, Jakarta, Vol. 6. No. 1
- Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang). *Journal of Management*. 2(3): 1-11
- Sudaryono. 2014. *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha. Ilmu.
- Sutrisna, Putu Beny dan Dewi Puri Astiti. 2015. Gambaran Kepercayaan Konsumen Dalam Berbelanja Online Di FJB Kaskus. *Jurnal Psikologi Udayana*. Vol. 2 No. 2, 236-245

- Swastha, Basu dan T. Hani *Handoko*, 2008, Manajemen Pemasaran, Analisa. Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE
- Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D.Gremler. 2004. “*Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*” *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1): 38-52.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Venny Rizky Amelia. 2015. Pengaruh Persepsi Risiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM). *eJournal Psikologi*, Volume 4, Nomor 1, 2015: 95 –106
- Wayan, Ni, 2010, *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasi Dalam Strategi Pemasaran*. Bali: penerbit Udayana University Press

