

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Omar, A., & Ramayah, T. (2010). Consumer lifestyles and online shopping continuance intention. *Business Strategy Series*, 11(4), 227–243.
<https://doi.org/10.1108/17515631011063767>
- Amalia, S. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN GRABCAR PADA APLIKASI GRAB (Studi pada Hijabers Community Malang)*.
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- Ciputrauceo. (2015). *Perilaku Konsumen: Definisi dan Proses Mengenali Konsumen*.
<http://ciputrauceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumen>
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2017). *Pengaruh motivasi konsumen , persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil The influence of consumer motivation , perceptions and consumer attitudes toward car purchase decisions*. 9(2), 105–110.
- Fatimah, S., Rosliana, L., & Sulistiani, N. W. (2013). Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda. *Ejurnal.Untag-Smd.Ac.Id*, 1(1), 1–8.
- Hidayat, A. (2016). *Pengertian data Outlier Univariat dan Multivariat*. Statiskian.com.
- Intan Lina Katrin; H.p Diyah Setyorini; Masharyono. (n.d.). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung*. 251–252.
- Jayani, D. H. (2019). *Inilah Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia*. Databoks.com.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompot-digital-terbesar-di-indonesia>
- Kompas. (2018). *Gandeng 180.000 UKM dan Dongkrak Transaksi, Ini Strategi OVO*. Kompas.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/20/171442226/gandeng-180000-ukm-dan-dongkrak-transaksi-ini-strategi-ovo>
- Liputan6. (2020). *Pengguna Alat Pembayaran Digital di Indonesia Meningkat Pesat*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4156035/penggunaan-alat-pembayaran-digital-di-indonesia-meningkat-pesat#>
- Maryanto, Lilik. Setyowani, Ninik. Mugarso, H. (2014). Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Melalui Layanan Penguasaan Konten dengan Teknik Bermain Peran. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling*, 2(3), 1–8.
- Miauw, K. Y. H. (2016). Motivasi Konsumen Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Wild. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 567–575.
- Mutia Annur, C. (2020). *2,7 Juta Mitra GoPay hingga OVO Terapkan Standardisasi Kode QR*. Katadata. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a470c337ec/27-juta-mitra-gopay-hingga-ovo-terapkan-standardisasi-kode-qr>

- Okezone. (2017). *Jokowi: Teknologi Digital Ubah Gaya Hidup Masyarakat Indonesia*.
<https://nasional.okezone.com/read/2017/10/09/337/1791373/catat-jokowi-teknologi-digital-ubah-gaya-hidup-masyarakat-indonesia>
- Pengetahuan, S. (2018). *Pengertian Gaya Hidup, Jenis, Indikator, Faktor yang Mempengaruhi*. <https://www.seputarpengertian.co.id/2018/06/pengertian-gaya-hidup-jenis-jenis-indikator-faktor-yang-mempengaruhi.html>
- RAHAYU, S., ZUHRİYAH, Z., & BONITA, S. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(3), 283–298.
<https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i3.3374>
- Rahmah, H. (2019). *PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA)*. 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sari, D. N. (2015). Perbedaan Gaya Hidup Mahasiswa Ditinjau Dari Status Ekonomi Dan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman. *eJournal Psikologi*, 2(3), 338–347.
- Sarjono, Haryadi. Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL*. Salemba Empat.
- Soliha, E. (2012). Pengaruh kredibilitas sumber dan rerangka pesan pada persepsi risiko konsumen. *Manajemen Teori Dan Terapan*, 4(3), 13–23.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v4i3.2422>
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/2008>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R&D*.
- Sumiati. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen , Persepsi Kualitas , Sikap Konsumen , dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 1(2), 110–123.
- Tabhanick, Barbara G. S Fidell, L. (2013). *Using Multivariate Statistics*.
- Vernando Satria Wijaya. (2011). *PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, MOTIVASI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA DI KAWASAN KABUPATEN KUDUS*. 11(2), 10–14. <https://doi.org/10.16194/j.cnki.31-1059/g4.2011.07.016>
- Websindo. (2019). *Proyeksi Umur Pengguna Internet*. Websindo.com.
- Wijaya, D. N. (2018). *PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Starbucks , Kota Malang)*. 55(2), 75–83.
- Wijaya, D. N., Sunarti, & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Administrasi Bisnis*, 55(2), 75–83.

Yamin, M. (2018). Gaya Hidup dan Perubahan Sosial. *Jurnal Hubungan Internasional, Universitas Jenderal Soedirman*.

Yuswohady. (2016). *Millennial Trends*. Yuswohady.
<https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>