

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1). 660-669.
- Anoraga, B. J., Iriani, S. S. (2014). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung Galaxy. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2). 139-147.
- Apriyandani, H., Yulianto, E., Sunarti. (2017). Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(2). 180-189.
- Aziz, V. R. A. (2015). Pengaruh persepsi risiko dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian secara *online* melalui *Blackberry Messenger* (BBM). *Psikoborneo*, 3(2). 186-196.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi*, Edisi II. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2018). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budianto, A. (2013). Keputusan pembelian *Blackberry* remaja ditinjau dari kelompok acuan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(2), 361-375.
- Chaney, D. (2011). *Life style: sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dewi, D. A. N. N. (2018). *Modul uji validitas dan reliabilitas*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Febrianti, C. (2017). Gaya hidup hedonis mahasiswi Universitas Riau di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 4(1), 1-15.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*, Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh citra merek dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian jilbab “Zoya”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 302-319.
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Artikel*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*, 17^e Global edition. London: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lin, L-Y., Shih, H-Y. (2012) The relationship of university student's lifestyle, money attitude, personal value and their purchase decision. *International Journal of Research in Management*, 1(2), 19-37.
- Nasution, Z. (2011). Konsekuensi sosial media teknologi komunikasi bagi masyarakat. *Jurnal Reformasi*, 1(1), 37-41.
- Putra, F. A. (2014). Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian iPhone. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(1), 1-14.
- Rizaldi, M. (2016). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pada *smartphone* di kalangan mahasiswa studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2). 85-93.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku konsumen*. Edisi 2, Jilid 4. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wahidah, N. (2013). Pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 6(2).
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul regresi linier berganda*. Bali: Universitas Udayana.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku konsumen teori dan praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zulfikar, R. (2018). *Modul pengajaran mata kuliah ekonometrika*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.