

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020), Ragam Alasan Konsumen Pilih Berbelanja Online. *Asosiasi penyelenggara jasa internet*. <http://apjii.or.id>. (Online)
- Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2. Yogyakarta:Pustaka Belajar
- Azwar, S. (2015). Penyusunan Skala Psikologi Edisi 4. Yogyakarta:Pustaka Belajar
- Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, 9, 183-194.
- Bosnjak. et. al., (2006), Predicting and explaining the propensity to bid in online auctions.
- Chang, T. Z., dan Wildt,A.R., (1994). Price, Product Information And Purchase Intention An Empirical Study, *Journal of the Academi of Marketing Scince*, Vol. 22 No.1, pp. 16-27.
- Charles Lamb, W. et.al. (2001). Pemasaran Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Dusek, J.B (1977). Adolescent development and behavior. Chicago: Science Reserch Associates, Inc.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program *IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gunarsa, Singgih D. (2004). Psikologi Praktis Anak, Remaja dan Keluarga, Cetakan. 7. Jakarta : PT. Gunung Mulia.

- Hidayat (2010), Pengaruh *Reference Group influence* terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Kawasaki Edge pada Main Dealer Kawasaki Citra Karya Pranata Soekarno-Hatta Bandung.
- Jhon W. Santrock (2003). *Adolescence. Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta : PT.Erlangga.
- Jhon W. Santrock (2007). *Perkembangan Anak*. Jilid 1 Edisi Kesebelas. Jakarta : PT.Erlangga.
- Jumjunan, Ilham M. 2017, Peran Kerentanan Terhadap Tipe *Reference Group Influence*, Terhadap Hubungan Antara *Brand Personality Congruity* dan *Purchase Intention* Pada Generasi *Millennial*.
- Kominfo. (2019). Kemkominfo : Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. *Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. Diakses dari <http://kominfo.go.id>
- Kominfo. (2021). Kemkominfo : Transaksi e-Commerce Lampau Rp 266 Triliun, Pemerintah Gencarkan e-Smart IKM. *Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. Diakses dari <http://kominfo.go.id>
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.
- Lee, K.H. (2009) *Why and how to adopt green management into bussiness organizations?: The case study of Korean*. SMEs in manufacturing industry. *Management Decision*.47(7) : 1101-1121.
- Lu, L.-C., Chang, W.-P., & Chang, H.-H. (2014). Consumer Attitudes Toward Blogger's Sponsored Recommendation and Purchase Intention: The Effect

Of Sponsorship Type, Product Type, and Brand Awareness. *Cpmputers in Human Behaviour*.

Lucas, D.B. dan Britt, S.H. (2003). Advertising Psychology and Research. New York: Mc Graw-Hill

Malhtora, N.K. (2004). Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Martin, et.al,. (2000). Athletes as role models: Determining the influence of sport-related role model on the adolescent consumerbeliefs and behaviours. Proceedings of the American Socity of Business and BehavioralSciences, 7 (4): 77-84.

MarkPlus Inc (2020), MarkPlus Inc. : Shopee Kuasai Peta Persaingan E-commerce. *The Leading Marketing Consulting In Indonesia*. Diakses dari <http://markplusinc.com>

Mostafa, M. M. (2006). Antecedents of Egyptian Consumers' Green Purchase Intentions: A Hierarchical Multivariate Regression Model. *Journal of International Consumer Marketing*.

Park, C. W., & Lessig, V. P. (1997). Students and Housewife: Differences In Susceptibility To Reference Group Influence. *JournalOf Consumer Research* 102-110.

Permatasari, Prilliashita Ayu (2018), Pengaruh *Brand Image*, *Reference Group* dan *Religiosity* Terhadap *Purchase Intention* (Mahasiswa) Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Wilayah Jakarta Selatan.

- Populix (2020), Populix : Menelusuri Lebih Jauh Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia. Diakses dari <https://www.info.populix.co>
- Prasetyo, B, Jannah, L.M. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supratiknya. A. (2015). Pengukuran Psikologis . Yogyakarta: Penerbit USD.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wu, P. C., Yeh, G. Y.-Y., &Hsiao,C.-R.(2011). The Effect Of StoreImage And Service Quality On Bran Image And *Purchase Intention* For PrivateLabelBrands. *Australian Marketing Journal*, 30-39.
- Yasa, B.M.A.S dan Ekawati, N.W. (2015) Peran Gender Dalam Menjelaskan Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli (Study Kasus Produk Kosmetik Hijau Merek *Oriflame* Di Kota Denpasar). E-Jurnal Manajemen Unud, 4 (7): 1785-1797.
- Zebua , A.S, Nurdjayadi, R.D. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan: Phronesis. Vol. 3, No. 6