

Artikel Jurnal

- Annisa, Renny., & Fatchur Rohman. 2014. Alasan Gaya Hidup Konsumen dalam Mengonsumsi Kebaya sebagai Barang Mewah. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 12. No. 3. Hal. 521-530.
- Aprilia, R.D., & Renny D. 2021. Kecintaan Merek Lokal, *Fashion Lifestyle*, dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sneakers Ventela, *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, Vol.11, No.1. Hal. 14-21.
- Aprilita, Dini & Refti H.L. 2016 Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Paradigma*. Vol.04 No.03
- Asmita, Dola & Erianjoni Erianjoni. 2019. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Mengikuti *Trend Fashion* Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif : Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*. Vol.2. No.2. Hal. 91-96
- Camilleri, Mark Anthony. 2022. E-Commerce Websites, Consumer Order Fulfillment And After-Sales Service Satisfaction: The Consumer Is Always Right, Even After The Shopping Cart Check-Out. *Journal of Strategy and Management*. Vol.15. No.3. 337-396.
- Chiu, Weisheng., & Heetae C. 2021. E-Commerce Brand : The Effect of Perceived Brand Leadership on Consumers' Satisfaction and Repurchase Intention on E-Commerce Websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol.33. No.6. 1339-1362.
- Daud, Islahuddin., & Reza G. 2014. Peran Keluarga Dalam Membentuk Asosiasi Merek Dan Persepsi Kualitas Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Merek, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol.12. No.2.

- Destisya, Jhulia., *et al.* 2019. Peran *Peergroup* Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Sosiologi Nusantara*. Vol.5. No.2. Hal. 126-139.
- Fatmala, WA S., *et al.* Analisis Kualitas Layanan Website *E-Commerce* Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol.2. No.1. Hal. 175-183.
- Fatmawati, Della A., *et al.* 2022. Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Dampak Adanya *Online Shop* Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2021. *Jurnal Paradigma : Journal of Sociology Research and Education*. Vol.3. No.1. Hal. 1-6.
- Fatmawati, Noor. 2020. Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*. Vol.29, No.1
- Harahap, Dedy A., & Dita A. 2018. Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia : Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol.9. No.2.
- Harfiansyah, M. F. & Amalia D. 2021. Motif Penggunaan Merek Lokal Di Kalangan Generasi Milenial, *jurnal e-Proceeding of Management*. Vol.8. No.2. Hal. 1778-1186.
- Himawan., *et al.* 2014. Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan *Online (E-Commerce)* pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. *Scientific Journal of Informatics*. Vol.1. No.1. Hal.53-63
- Japarianto, Edwin., & Stephanie A. 2020. Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.14. No.1. 35-43.

- Mustajibah, Tutik. 2021. Dinamika *E-commerce* di Indonesia Tahun 1999-2015. *Jurnal Pendidikan Sejarah*. Vol. 10. No. 3.
- Nisak, Maslatun., & Tutik S. 2023. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam *Trend Fashion* (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. Vol.4. No.2. Hal. 86-96.
- Novitasani, Latifah., & Pambudi Handoyo. 2014. Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban di UNESA. *Jurnal Paradigma*. Vol.02. No.03.
- Oktaviana, Ineke., & Ginanjar R. 2023. Minat Beli Internasional *Fashion Brand* di Indonesia. *Jurnal Maneksi*. Vol.12. No.3.
- Pratama, Yoga E., Sudarwati., & Istiqomah. 2019. Keputusan Pembelian *Online* Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, *Online Customer Review* dan Kepercayaan. *Jurnal Edunomika*. Vol.3. No.2. 445-453.
- Putri, Dien H.M., *et all.*. 2021. Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Merek Lokal. *Jurnal Prosiding Biema*. Vol.2.
- Rutar, Tibor. 2018. For an Integrative Theory of Social Behaviour: Theorising with and Beyond Rational Choice Theory. *Journal for the Theory of Social Behaviour*. Vol. 49, No. 3, Hal. 298-311.
- Sari, Vina B. M. 2018. Pengembangan Pembelajaran Untuk Menanamkan Cinta Produk Dalam Negeri. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*. Vol.5. No.3.
- Sari, Yunita T.K., *et al.* 2020. Belanja *Online* dan Gaya Hidup Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- Sari, Vina Budiarti M. 2018. Pengembangan Pembelajaran Untuk Menanamkan Cinta Produk Dalam Negeri. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*. Vol.5. No.3.

- Satz, Debra., & John Ferejohn. 2016. Rational Choice and Social Theory, *Journal of Philosophy*, Vol. 91, No. 2. Hal. 71-87.
- Setiawan, Rudi. 2013. Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia. *eJurnal Ilmu Komunikasi*. Vol.1. No.2.
- Sharlamanov, Kire & Jane Petreska. 2019. The Conceptualization of Lifestyle in Sociological Theory. *Sociological Review*.
- Sulhaini *et al.* 2020. The Effect Of Local Brand Conscious And Need For Uniqueness Towards Emotional Value And Buying Intention On Local Brands. *Journal Of Management And Business*. Vol.19. No. 1.
- Susanto, Angga S. 2013. Membuat Segmentasi Berdasarkan *Life Style* (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*. Vol.7, No.2.
- Syauki, W. R., & Diyah A.A. 2020, Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare pada Perempuan Milenial dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol.4, No.2.
- Themba, Oryanny S. 2021. Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Diskon, Promo Ongkos Kirim dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) JIMEA*. Vol.3. No.3. 925-932.
- Wenas, Theodore T. A. 2017. Perbedaan *Brand Preference* Konsumen Pada Pruduk Merek Lokal Dengan Produk Merek Global. *Jurnal Management dan Start-Up Bisnis*. Vol.2. No.5.
- Widani, Ni Made. 2022. Pemberdayaan Sentra Produk Lokal Dalam Meningkatkan Pembangunan Bangsa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. Vol.8. No.2.
- Widiyanto, Ibnu., & Sri L. P. 2015. Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.17. No.2.

Widiyono, S. 2019. Pengembangan Nasionalisme Generasi Muda di Era Globalisasi. *Jurnal Populika*. Vol.7. No.1.

Zafirovski, Milan. 2012. Beneath Rational Choice: Elements Of ‘Irrational Choice Theory. *Journal Current Sociology*. Vol.61. 3-21.

Zaroni, AN. 2015. Globalisasi Ekonomi Dan Implikasinya Bagi Negara-Negara Berkembang: Telaah Pendekatan Ekonomi Islam. *Jurnal AL-TIJARY*. Vol.01. No.01.

Tesis

Agustina, Lidya. 2018. Sistem Reputasi Penjual Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Pembelian Dalam Aktivitas Belanja *Online* Melalui Platform C2C *E-Commerce* (Studi Kasus *Online* Review Dan *Online* Rating Dalam Aplikasi Mobile Shopee). Tesis. Universitas Indonesia.

Arianssyah. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Konsumen Untuk Membeli Produk Melalui *E-Commerce*. Tesis. Institut Pertanian Bogor.

Gloria, Irene S. 2017. Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi, Dan Pelayanan Terhadap *Repurchase Intention* Dengan Layanan *Online-To-Offline* (O2O) Pada Pengguna Jasa *E-Commerce* Di Indonesia. Tesis. Universitas Indonesia.

Khairul, Danny. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen *E-Commerce* Melalui *Brand Image* Dan *Relationship Marketing*. Tesis. Institut Pertanian Bogor.

Saepurromdon, Zamzam. 2023. Pilihan Rasional Terhadap Kolektor Barang Antik di Kota Malang. Tesis. Universitas Muhammadiyah Malang.

Website

APJII. 2023. *Survei APJII Pengguna Internet Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus->

215-juta-orang#:~:text=Bisnis.com%2C%20JAKARTA%20%2D%20Survei,yang%20sebesar%20275.773.901%20jiwa (Diakses Senin, 20 Maret 2023)

Azarine. *Story of Azarine: Healthy Skin is the Ultimate Reflection of Overall Wellness*. <https://azarinecosmetic.com/story-of-azarine>, (Diakses Kamis, 13 Juli 2023)

Cantika.com. 2022. *Alasan Skincare Lokal Kian Diminati Lebih dari Sekedar Harga*. <https://www.cantika.com/amp/1618002/alasan-skincare-lokal-kian-diminati-lebih-dari-sekedar-harga>, (Diakses Senin, 10 Juli 2023)

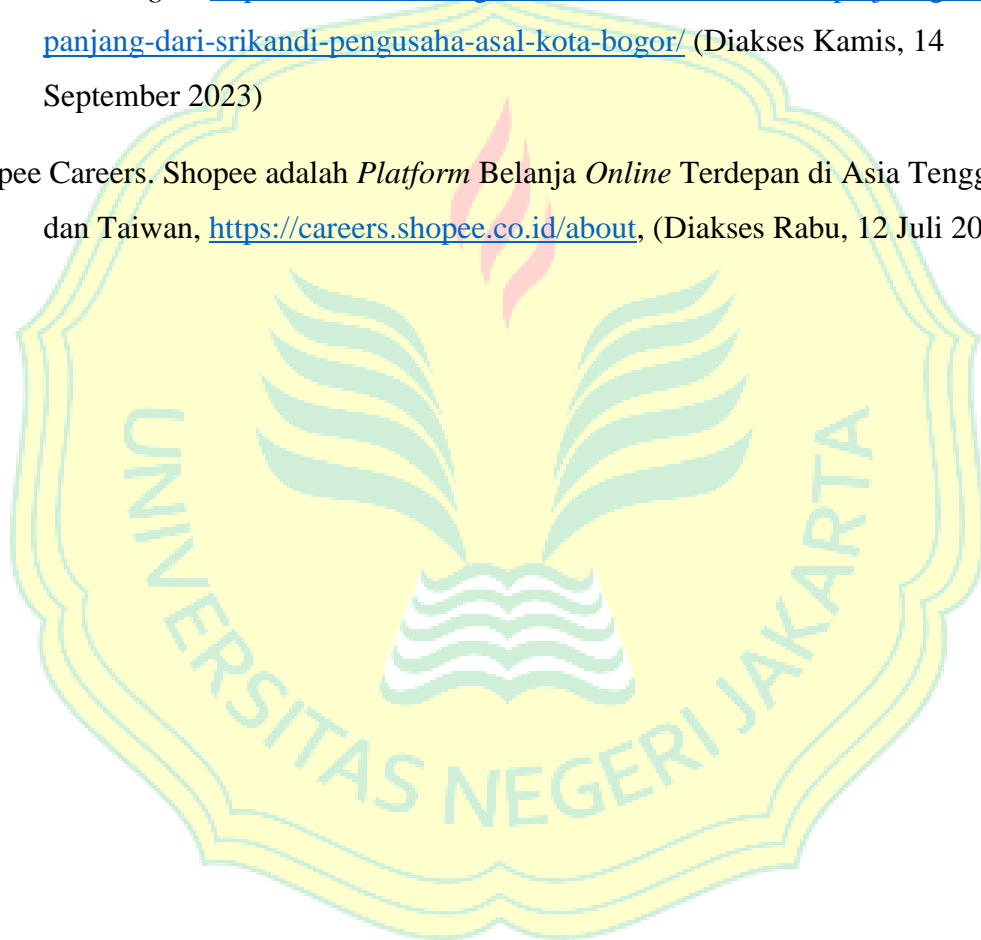
Compas.co.id. 2022. *Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>, (Diakses Senin, 20 Maret 2023)

Ekarina. 2020. *Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri*. <https://katadata.co.id/ekarina/merek/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri> (Diakses Senin, 20 Maret 2023)

Ipsos Press Release, 2021, Ipsos Global Trends 2021: Belanja *Online* dan Produk Lokal Dominasi Pilihan Konsumen Indonesia,

Katadata Media Network. 2023. *5 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2023)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023#:~:text=Berdasarkan%20data%20SimilarWeb%2C%20Shopee%20merupakan,Indonesia%20pada%20kuartal%20I%202023> (Diakses Senin, 20 Maret 2023)

- Kominfo. 2019. *Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media, (Diakses Jumat, 17 Maret 2023)
- Radarm Bogor. 2023. *Melstore Perjuangan Panjang dari Srikandi Pengusaha Asal Kota Bogor*. <https://www.radarbogor.id/2023/02/26/melstore-perjuangan-panjang-dari-srikandi-pengusaha-asal-kota-bogor/> (Diakses Kamis, 14 September 2023)
- Shopee Careers. *Shopee adalah Platform Belanja Online Terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*, <https://careers.shopee.co.id/about>, (Diakses Rabu, 12 Juli 2023)



LAMPIRAN
DOKUMENTASI



(Wawancara dengan YA)



(Wawancara dengan NQ)



(Wawancara dengan AIP)



(Wawancara dengan ADP)



(Wawancara dengan WA)