

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mawalia, K. 2020. The Impact Of The Mobile Legend Game In Creating Virtual Reality. *Indonesian Journal Of Social Sciences*, 12(2), 49-61.
- Alma, B. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Alistriwahyuni, N. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna I-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 7(2).
- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. 2014. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 139-147.
- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti, S. 2017. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang Yang Membeli Dan Menggunakan Smartphone Iphone) (*Doctoral Dissertation, Brawijaya University*).
- Belch, G. E., Belch, M. A., Guolla, M. A., Webb-Hughes, A. M., & Skolnick, H. 2004. *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (Vol. 6). New York: Mcgraw-Hill/Irwin.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. 2021. Pengaruh Sales Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi Tix Id (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tix Id Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1055-1061.
- Carrisa, A. D., & Tiarawati, M. 2016. Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha Vega. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 4(1).
- Creusen, M. E., & Schoormans, J. P. 2005. The Different Roles Of Product Appearance In Consumer Choice. *Journal Of Product Innovation Management*, 22(1), 63-81.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. 1995. *Perilaku Konsumen. Edisi Keenam*. Diterjemahkan Oleh Budiyanto, Rupa Aksara, Jakarta.
- Fajri, C. 2012. Tantangan Industri Kreatif-Game Online Di Indonesia. *Jurnal Aspikom*, 1(5), 443-454.
- Felita, P., & Oktivera, E. 2019. Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulse Buying Konsumen Studi Kasus: Impulse Buying Pada Mahasiswa Stiks Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159-185.

- Ghozali, I., & Nasehudin, T. S. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- _____. 2013. *Application Of Multivariate Analysis With IBM SPSS 25 Program*. Semarang: Diponegoro University Publisher.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, S. 2004. *Statistik Jilid 2*
- Harnoto, T., & Silintowe, Y. B. R. 2018. Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa: Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup?, *30(2)*, 181-197.
- Handoko, T. H., & Swasta, B 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bpfe.
- Ho, C. H., & Wu, T. Y. 2012. Factors Affecting Intent To Purchase Virtual Goods In Online Games. *Int. J. Electron. Bus. Management.*, *10(3)*, 204-212.
- Khaliq, I., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. 2022. Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item Pada Game Online “Mobile Legends Bang Bang”(Studi Pada Konsumen Mobile Legends Bang Bang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *11(3)*, 411-419.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Marketing Management (15 Edition)*. England: Pearson Educated Limited.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Bisnis Dan Ekonomi Edisi Ke-3*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lin, H., & Sun, C. T. 2007. *Cash Trade Within The Magic Circle: Free-To-Play Game Challenges And Massively Multiplayer Online Game Player Responses*. In Digra Conference.
- Nadia, N. 2022. Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk RC Feat RB Bordir. ULIL ALBAB: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1(10)*, 3393-3397.
- Pahlevi, A. S., & Sutopo, S. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, *6(1)*, 265-277.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

- Pradhipta, A. Y. 2021. Mekanisme 'Gacha'dan 'Parasocial Interaction'pemain Gim Seluler. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1), 215.
- Pramudi, R. Y. 2015. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 280-301
- Priandewi, N. M. M. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Lazada. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 419-433.
- Priyatno, D. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 84, 13.
- Rao, P. 2012. *Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis. In The Asian* (Pp. 28-23).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. 2008. *Perilaku Konsumen* Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Simamora, V., & Kusmiyati, E. 2017. Pengaruh Desain Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Teh Botol Sosro Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating (Studi Padamahasiswa Di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta Utara). *Media Studi Ekonomi*, 20(1).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Subianto, T. 2007. Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sugiyono. 2006. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2009. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia*, 2.
- Supriyatna, Y. 2020. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36-50
- Supriyono, S. 2021. Analisis Keputusan Konsumen Dalam Membeli Teh Botol Pucuk Harum Di Surabaya. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik (Jsep)*, 2(2).

- Suresh, C., Anandanatarajan, K., & Sritharan, R. 2015. Effect Of Sales Promotion Tools On Customer Purchase Decision With Special Reference To Specialty Product (Camera) At Chennai, Tamilnadu. *Asia Pacific Journal Of Research*, 1(21).
- Sya'diyah, H., & Dwiridotjahjono, J. 2022. Pengaruh Sales Promotion Cashback Dan Price Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna Di Situs Belanja Online Tokopedia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4538-4552.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*, Yogyakarta.
- Utami, C. W. 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*, Edisi Pertama, Malang: Bayumedia.
- Utomo, T. P. 2019. Potensi Implementasi *Internet Of Things (Iot)* Untuk Perpustakaan. *Buletin Perpustakaan*, 1-18.
- Wijaya, A. N., & Alamanda, D. T. 2016. Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online F2p Moba. *Eproceedings Of Management*, 3(1).
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. 2020. Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Blibli.com). *Pro Mark*, 10(1).
- Wiratri, Y. A., Aryati, I., Sarsono, S., & Hamidah, R. A. 2021. Keputusan Pembelian Virtual Goods Ditinjau Dari Kelompok Acuan, Gaya Hidup Dan Event Marketing (Studi Pada Players Mobile Legends: Bang Bang Di Universitas Islam Batik Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1).
- Yulius, R. 2017. Analisis Perilaku Pengguna Dalam Pembelian Item Virtual Pada Game Online. *Journal of Animation And Games Studies*, 3(1), 1-14.