

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amos, Clinton, Gary R. Holmes, dan William C. Keneson. 2014. A meta-analysis of consumer impulsive buying. *Journal of Retailing and Consumer Service*, vol. 21, pp. 86-97.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective* (11th ed.). New York: The McGraw–Hill Companies
- Ghozali, H., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management* 15th Edition. England: Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* Seventh Edition. United Kingdom. Wiley
- Hawkins dan Mothersbaugh. Consumer Behavior. (2016). : *Building Marketing Strategy*. New York: McGrawHill.
- Fill, Chris & Sarah. (2026). : *Marketing Communications*. United Kingdom. Pearson.

Jurnal

- E.Crespo dan Del Barrio. 2016. *Online airline ticket purchasing : Influence of online sale promotion type and Internet experience*. *Journal of Air Transport Management* 53 (2016) 23-34.
- Fachreza dan Devilia. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi Inglorius Industries di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017 Page 735*.
- Hastuti et al. 2018. Pengaruh Citra Merek dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *JURNAL ILMU MANAJEMEN UNIVERSITAS TADULAKO* Vol. 4, No. 3.
- Ida et al. 2019. Pengaruh *Personal Selling, Sales Promotion* terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi empiris pada CV.Lion Kota Ternat. *Vol. 6, No. 2, 2019, 1-12*
- Marwah dan Retno. 2016. Aplikasi Regresi Partial Least Square untuk Analisis Hubungan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Kota Yogyakarta. *Media Statistik* 2016:75-84

Mevi dan Faisal. 2021. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku *Impulse Buying* (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna *E-commerce*. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Volume 2, 2021. hlm 929-941.

Reni dan, Harini. 2020. Pengaruh *Sales Promotion*, *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* pada *E-Commerce* Shopee. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2(2) April 2020

Tasneem dan Retnaningsih. 2021. *The Effect of Sales Promotion and Knowledge on Impulsive Buying of Online Platform Consumers*. *Journal of Consumer Sciences* Vol. 06, No. 01, 77-91.

Tiffani dan Akhmad. 2019. Pengaruh *Sales Promotion* dan *Influencer Marketing* terhadap Minat Beli dalam Mobile Legends. STIKOM LSPR Jakarta.

Tiffany et al. 2018. Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Tobelo. Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 2428 – 2437

Tommy et al. 2017. *The state of Online impulse-buying research: A Literature analysis*. *Information & Management* 54 (2017) 204–217.

Veliana dan Eristia, 2020. Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. Vo10 Nomor 2 (2020)

Winda, Surhayati, et al. 2020. Analisis Pembelian Tidak Terencana pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 6, No.1, 2019, 54-71.

Yenny dan Dio. 2018. Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Iphone. *Jurnal Digest Marketing* Vol 3 No 2.

Website

<https://katadata.co.id/berita/2019/05/16/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648>

https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01321279/pengguna-e-commerce-terbesar-ada-di-bandung?page=2>

<https://www.marketeers.com/riset-snapcart-shopee-masuk-top-of-mind-orang-indonesia/>

<https://marketing.co.id/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f63494f10287/senjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona>

<https://www.hitekno.com/internet/2020/10/09/171356/shopee-1010-brands-festival-hadirkan-rangkaian-10-promo-spesial>