

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2022). *Pengertian E-commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia - Hot Liputan6.com*.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2015). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Aksara, D. (2021). *Big Alpha - Mengenal Bisnis Shopee di Indonesia, Dari Pesan Makanan Sampai Pembayaran*.
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 7(2), 71–78. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v7i2.7390>
- Azwar, S. (2002). *Penyusunan Skala Psikologi*.
- Boyd, Walker, & Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global* (2nd ed.). Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi JOM FISIP Vol. 5: Edisi II Juli – Desember 2018* Page 17 Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darmawan, E. S. (2022). *Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021 Halaman all - Kompas.com*.
- Databoks.katadata.co.id. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia | Databoks*.
- DataReportal. (2022). *Digital 2022: Global Overview Report — DataReportal — Global Digital Insights*.
- Dewi, R. K. (2020). *Mengenal Impulsive Buying, Kebiasaan Boros yang Dapat Direm Saat Pandemi Halaman all - Kompas.com*.
- Dwian, C. U. (2014). Pengaruh potongan harga, pemberian hadiah, dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen di alfamart kota purworejo. 1–19. <https://docplayer.info/52202012-Pengaruh-potongan-harga-pemberian-hadiah-dan-iklan-terhadap-keputusan-pembeli>, C. U. (2014). *Pengaruh potongan harga, pemberian hadiah, dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen di alfamart kota purworejo*. 1–19. <https://docplayer.info/52202012-Pengaruh-potongan-harga-pemberian-hadiah-dan-iklan-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-di-alfamart-kota-purworejo.html>
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Faradilla, R. (2021). *Diskon: Pengertian, Jenis dan Manfaatnya*.

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Hung, P. (2022). *E-Commerce Trends 2022: What The Future Holds*.
- Hawkins., Mothersbaugh., Roger. (2007). *Consumer Behavior*. Ed. 10th. The McGraw-Hill Companies Inc, Australia
- Idris, M. (2021). *Mengenal Shopee PayLater: Bunga, Skema Cicilan, dan Dendanya Halaman all - Kompas.com*.
- Iii, B. A. B., Waktu, A., & Penelitian, T. (2020). *METODE PENELITIAN*. 48–61.
- Iprice.co.id. (2022). *Top 50 E-Commerce Sites & Apps in Indonesia 2019*.
- Kanagal, N. (2016). An Extended Model of Behavioural Process in Consumer Decision Making. *International Journal of Marketing Studies*, 8(4), 87. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n4p87>
- Kompas.com. (2021). *Pengertian E-commerce dan Bedanya dengan Marketplace Halaman all - Kompas.com*.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen* (Prenhalind).
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Liputan6.com. (2015). *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia - Tekno Liputan6.com*.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Navrillia, R. (2020). *Ini Dia! Fakta Menarik Dari Logo Shopee - Jagad Media - Inspiring Creativity*.
- NISP, R. O. (2021). *Mengenal Impulsive Buying, Faktor Pemicu, & Tips Mencegahnya*.
- Putri, V. K. M. (2021). *Contoh Perkembangan Teknologi yang Sering Digunakan Sehari-hari*.
- Quiserto, R. (2021). *Review Shopee PayLater Cicilan Tanpa Kartu Kredit | Duwitmu*.
- Rook, D. W. (1987). Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Shopee.co.id. (2022). *Tentang Shopee - Shopee Indonesia*.
- Sosianika, A., & Juliani, N. (2017). A Study of The Impulsive Buying Behavior Comparasionbased on Consumer's Characteristics. *Sigma-Mu*, 9, 9–18.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 15, S71–S83.
- Yusuf. (2020). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*.