

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Prosedur, Trend dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif edisi kedua*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Kriyanto, R. (2014). *Teori Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nanawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Social*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS Edisi pertama*. Jakarta.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Solomon, & Michael, R. (2017). *Consumer Behavior Buying, Having and Being*. London: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tezza. (2018). *Instastyle: Curate Your Life, Create Stunning Photos, Evelate Your Instagram Influence*. United states: DK Publishing.

## JURNAL

- Andryansyah , M., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Hypermart Malang Town Square yang melakukan pembelian tidak terencana) . *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Akram , u., hui, p., muhammad, k. k., & Tanveer, Y. (2017). How website quality affectsonline impulse buyingModerating effects of sales promotion andcredit card use. *Asia Pacific Journal of Marketingand Logistics*, 235-256.
- Aragoncillo, L., & Orus, C. (2018). Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media . *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22, 42-62. doi: 10.1108/SJME-03-2018-007
- Asriningati, M., & Wijaksana, T. I. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Lazada.Co.Id. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Bee hwa, e. t., & perumal, s. (2015). Application of the Theory of Planned Behaviour on Impulse Buying Behaviour in an Internationalized Shopping Centre.
- Dewi, c. k., & Sinuraya, D. (2015). The Influence Of Online Store Beliefs Towards Impulse Buying (Study On Elevania.Co.Id). *journal the winners*, 64-70.
- Fatmawati, I., Astuti, F. D., & Iswanti, L. (2020). The Influence of Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, and Time Availability on Emotio nal Response and Impulse Buying. *Advances in Engineering Research*, 201, 346-354.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafiani, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi pada Masyarakat Kota Bandung) . *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Fradyla, N. R. (2016). Dampak Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Revlon.

- Herlina. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia . *Baabu Al-Ilmi*.
- Israel, G. D. (2003). Determining Sample Size. *IFAS EXTENSION*, 1-5.
- Kiriakidis, s. (2015). Theory of Planned Behaviour: the Intention-Behaviour Relationship and the Perceived Behavioural Control (PBC) Relationship with Intention and Behaviour . *International Journal of Strategic Innovative Marketing* .
- Mulianingsih, D., DH, A. F., & Alfisyahr, R. (2019, Januari 1). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Di Online Shop (Survei Online pada Konsumen Zalora Indonesia di Kota Surabaya) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66, 56-66.
- Ozen, H., & Engizek, N. (2014). Shopping online without thinking: being emotional or rational? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26 , 78-93. doi:10.1108/APJML-06-2013-0066
- Pasaribu, L. O., & Dewi, C. K. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora . *Bina Ekonomi*, 19, 159-169.
- Pradina , A. (2016). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Kota Malang .
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH*, 22, 305-313.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business a Skill-Building Approach*.
- Sharma, P., Sivakumaran, B., & Marshall, R. (2010). Impulse buying and variety seeking: a trait- correlates perspective. *Journal of Business Research*, 63, 276-283.
- Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The Effect of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle And Fashion Involvement With Impulse Buying . *International Journal of Business Economics (IJBE)*.

- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11, 59-65.
- WebNotes. (2018). Psychographics and Lifestyle. *MKT 450 Web Notes*.
- Wibowo, s., & Lebang, L. S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Pengunjung Toserba Yogya Bojongsoang Bandung. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*, 123-136.
- Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*.
- Wulandari, d., & agustini, m. (2019). Consumer Lifestyle: A Case On Users Of National And International Brand Lipstick. *Journal of Applied Management*, 303-3011.
- Yudiantantri, A., & Nora, L. (2019). The Effect of Store Atmosphere and Packaging Design toward Impulsive Buying with Shopping Lifestyle As a Moderating Variable at Carrefour in Jakarta. *ICEMA International Conference on Economics, Management, and Accounting*, 474-491. doi:DOI 10.18502/kss.v3i26.5395
- Zhang, k., xu, h., zhao, s., & yu, y. (2018). Online reviews and impulse buying behavior: the role of browsing and impulsiveness. *Internet Research*, 522-543.

## **INTERNET**

- DetikInet. (2020, September 1). Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5155740/masa-pandemi-transaksi-shopee-di-q2-2020-naik-hingga-130>
- KOMINFO. (2021, 2 23). Retrieved from <https://kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>
- Setyowati, D. (2020, September 17). Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f63494f10287/senjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona>

Shandy, K. F. (2020, Oktober 20). *Generasi Z dan Milenial Paling Banyak Lakukan Transaksi Digital*. Retrieved from Sindo news: <https://ekbis.sindonews.com/read/202240/178/generasi-z-dan-milenial-paling-banyak-lakukan-transaksi-digital-1603181412?showpage=all>

Shopee. (2021). *Shopee Karir*. Retrieved from <https://careers.shopee.co.id/about/>

Shopee Indonesia. (2021). Retrieved from Shopee Indonesia: <https://shopee.co.id/>

Shopee Karir. (2021). *about us*. Retrieved from <https://careers.shopee.co.id/about/>

Shopee\_id. (2020). Retrieved from [https://www.Instagram.com/shopee\\_id/](https://www.Instagram.com/shopee_id/)

## **SKRIPSI**

Aprilia, Mega Adhitya. Skripsi. “Pengaruh Penggunaan Dan Terpaan Media Sosial Terhadap Tingkat Perubahan Sikap (Studi Kasus Kampanye #Pantangplastik Di Instagram @Greenpeaceid). Universitas Multimedia Nusantara.

Gunawan, Oh Juliana. Skripsi. “Pengaruh *Place Branding* Terhadap *Place Image* Edukatif Lawing Sewu Setelah Direnovasi (Survey pada Penduduk Kota Semarang). Universitas Multimedia Nusantara.