



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita., & Pelawi, P Stephany. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. Jurnal Quonomic Vol. III. No. 02. ISSN No. 2339-2037.
- Anggraeni, Faridha. 2016. *Pengaruh Promosi, Diskon, dan Impulse buying terhadap Keputusan Pembelian Hypermart PTC Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran. Vol. 5. No. 7. Hal. 1-15.
- 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
- Bahri Syaiful, 2018. *Metode Penelitian Bisnis – Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI:Yogyakarta
- Belch, G. E., & Belch, M. A. 2017. *Advertising and Promotion: an integrated marketing communication perspective* (11 ed.). New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Bungin, H. B. , 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Chaffey, dave 2015. *E-Business and E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice.Fourth Edition. Prentice Hall*.
- CNN Indonesia. (2020, Oktober 21). Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92-561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi>
- Dailysocial.id. (2021, Februari 11). Retrieved from <https://dailysocial.id/post/statistik-perkembangan-industri-e-commerce-sepanjang-2020>
- Fauziah. 2020. *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shoppe” dalam meningkatkan penjualan*. Jurnal Abiwara Vol. 1, No. 2, pp. 45-53. ISSN 2686-1577
- Finance.detik.com. (2021, Agustus 27). Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5698721/daftar-toko-online-terlaris-tokopedia-vs-shopee-siapa-yang-teratas>
- Ghozali & Ratmono, 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Herlina, V. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Industri.kontan.co.id, (2021, Juni 2). Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/news/belanja-digital-generasi-z-meningkat-di-kala-pandemi-apa-saja-yang-dibelanjakan> diakses 04 Oktober 2021.
- Iprice.id. (2020). Retrieved from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Karyatiningsih, Ripah. 2011. *Penerapan E-Commerce dalam Menunjang Strategi Bisnis Perusahaan Kasus di PT. Cheil Jedang Superfeed (CJS)*, ITB, Bogor
- Katadata.co.id, (2021, Juni 4). Retrieved from <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar>
- Katadata.co.id. (2020, September 17). Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f63494f10287/senjata-shopee-geser-posisi-tokopedia-saat-pandemi-corona>
- Kumparan.com. (2019, November 16). Retrieved from <https://kumparan.com/karjaid/3-domain-website-yang-direkomendasikan-untuk-bisnis-kamu-1sGLtHcaRqR>
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip & Kevin, Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. 2020. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Malhotra, N. 2017. *Marketing Research: An Applied Orientation* (5th ed.).
- Merdeka.com. (2019, Desember 18). Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/survei-terbaru-e-commerce-paling-banyak-digunakan-masyarakat-sepanjang-2019.html>
- Ogden-Barnes & Minahan. 2015. *Sales Promotion Decision Making concepts, principles, and practice*. New York: Business Expert Press.

- Ozen, H., & Engizek, N. 2014. *Shopping Online Without Thinking: being emotional or rational? Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic*. DOI: 10.1108/APJML-06-2013-0066. APJML, 26,1
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zulfatama Publishing.
- Purnomo, 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Fadilatama.
- Qoala.id. (2021). Retrieved from <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-indonesia/> Diakses 23 Feb 2021.
- Rizkalla, N., & Suzanawaty, L. 2013. *The Effect of Store Image and Service Quality on Private Label Brand Image and Purchase Intention. Case Study: Lotte Mart Gandaria City*. *Asean Marketing Journal*. Vol. 4. No. 2
- Rook, Dennis W. 1987. *The Buying Impulse*. *The Journal of Consumer Research*, Vol.14, No. 2, 189-199.
- Rumyeni & Arini Al Haq 2014. *Pengaruh Sales Promotion terhadap Perilaku Pembelian secara Impulse buying Wanita Bekerja pada Matahari Department Store Plaza Citra Pekanbaru*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 4 No. 2.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Sarwono, J. 2011. *Mixed Methods: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New Jersey: Wiley
- Sembiring, Suranta. 2013. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse buying Behaviour* (Survei Pada Konsumen di Toko “Top man, Top Shop” Di Paris Van Java Mall. Bandung. *Jurnal Manajemen*.
- Shopee Indonesia. (2021). Retrieved from Shopee Indonesia: <https://shopee.co.id/>
- Sirclo.com. (2020). Retrieved from <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>
- Stillman, D., & John Stillman. 2018. *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikuno. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumrahadi, Rinny Apriyanti Zurit, dan Maya Ariyanti . 2016. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse buying pada Toko Online (Studi pada Konsumen Mataharimall.com)*. *e-Proceeding of Management*. Vol. 3. No. 3. ISSN 2355-9357.
- Supranto, J. 2016. *Metodologi Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta. Badan Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Suzanawaty. 2013. *Pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap citra merek dan minat pembelian pada private label brands (PLB)*. Skripsi Fakultas Ekonomi. UI. Depok
- Tribunnews.com, (2021, Juni 26). Retrieved from <https://www.tribunnews.com/regional/2021/06/26/viral-kisah-pasutri-belanja-habis-ratusan-juta-rupiah-takut-kehabisan-stok-begini-kisah-lengkapny?page=2>
- Verhagen, T., & Van Dolen, W. (2011). *The Influence Of Online Store Beliefs On Consumer Online Impulse buying: A Model And Empirical Application*. *Information And Management*, Vol. 48, 320-327.
- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. 2018. *Pengaruh Hedonic shopping motivation terhadap Impulse buying pada Konsumen Tokopedia*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Universitas Telkom*. Vol.11 No.2. ISSN: 2580-9539.
- Yadav, G.P., & Rai, J. (2017). *The Generation Z and their Social Media Usage: A Review and a Research Outline*. *Global Journal of Enterprise Information System*, 110-116.