

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdurrahman, N.H., 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Achidah, Nur. dkk. 2016. *Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Pada Produk Yamaha Mio Gt Di Weleri-Kendal)*.
- Adam & Goyal VK. 2007. *The Investment Opportunity Set And Its Proxy Variables*, JEL Classification: G31, D92, L72, C52
- Adi, Nugroho. (2006). *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika Bandung
- Asnawi, Haris Faulidi, (2004), *Transaksi Bisnis e-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press
- Bloch, Bernard, (1986) *Fraktur dan Dislokasi; cetakan 6*, Jogjakarta, Yayasan Essential Medika
- Engel et al. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta : Bina Rupa Aksara (1995). *Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid 2*. Bandung : Binarupa Aksara
- Engel, J.E, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen, Edisi 6 Jilid dua. Alih Bahasa: Budiyanto*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, James F.,et al., 2005. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ermy Wijaya dan Yeni Oktariana. (2019). *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu*. Ekombis Review
- Fandy Tjiptono, (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-4, Andi, Yogyakarta
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19* (5th ed.). Universitas Diponegoro.
- James P. Spradley. (1980). *Participant Observation*.
- Kaihatu, Thomas S, dkk. 2015. *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler P. dan Armstrong G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi 12 jilid 1 terjemahan oleh Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1,

Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip, Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. Keller, K Lane, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Laudon, K. C., and Travel, C. G. (2014). *E-commerce* (10 ed.). England: Pearson Education

Lupiyoadi dan Hamdani, (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era ModernisasiGlobal*. Bandung: Alfabeta

Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Jakarta: Media Kita

Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Raharjani. (2010). *Strategi Pemasaran Ritel*. Penerbit Erlangga, Jakarta

Rook, D. W. & Gardner, M. (1993). *In the Mood: Impulse buying's Affective Antecedents*. Research in Consumer Research (vol. 6, pp. 1-28). Greenwich, CT: JAI Press.

Rook, D. W. (1987). *The Buying Impulse*. Journal of Consumer Research, 14 (2).

Saefudin, A. (2012). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.

Satori, D. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Schiffman, Lron. G. dan Leslie, L. Kanuk. (2010). *Customer Behaviour*. Canada: Pearson

Sholikhati, Yudhistira A.D, Rahardjo. (2012). *Jenis-Jenis Pengetahuan*. Semarang.

Stern, H. (April, 1962). *The significance of impulse buying today*. Journal of Marketing. Vol. 26 (4),

Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.

Suharjo, Bambang. (2013). *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi SPSS*.

Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru

Sutedja, Wira. (2007). *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo, Anggota IKAPI

Tjiptono, F., and Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2003. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andy Offset

Tjiptono, Fandy (2008) *.Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset

Utami. Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Edisi 2, Penerbit Ssalemba Empat, Jakarta.

Zielke, S., 2010. *Bagaimana Dimensi Gambar Harga Mempengaruhi Niat Belanja untuk Berbagai Format Toko*. Jakarta : Alfabeta.

Zwass, 1998. *Foundation of Information System*. Singapore : Mc Graw-Hill.

Journal dan Skripsi:

Aan Satria dan Okki Trinanda. (2019). *Pengaruh Promosi dan Website Quality Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Lazada di Kota Padang*. EcoGen. Volume 2, Nomor 3.

Aggraeni Faridha. (2016). *Pengaruh Promosi, Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket PTC Surabaya*. Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(7), 1–15.

Ali Kurniawan. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi S1 Manajemen Universitas YPRI Yogyakarta.

Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>

Baumeister, R. (2002). *Yielding to Temptation: Self- Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior*. *Journal of Consumer Research*, 28(4)

Beatty, S. E., and Ferrell, M. E. 1998. *Impulse Buying: Modeling Its Precursors*, *Journal of Retailing* Vol. 74 No. 2

- Bulan, T. P. L., Rizal, M., & Widiyanti, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Toko Makmur Swalayan Di Kota Langsa. *Niagawan*, 8(1), 27. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12803>
- Damayanti dkk. 2013. *Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Surakarta*. Jupe UNS, Vol 2, No 1
- Detika Yossy Pramesti , Sri Widyastuti , Dian Riskarini. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee*. e-jurnal: <http://journal.univpancasila.ac.id>. JIMP Vol 1 (1)
- Dwiska Rarasanti. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Impulse Buying Pada Pengunjung Mall Panakukkang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin
- Eka, D., Hamdani, Y., & Karim, S. (2019). Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(2), 89–98. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i2.6948>
- Fransiscus Xaverius Febrianto. (2019). *Pengaruh Promosi dan Website Quality Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Lazada di Kota Padang*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Harris Manurung dan Ira Yana. (2019). *Pengaruh Keanekaragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating*. <http://journal.uta45jakarta.ac.id>
- Hetharie, J. A., Surachman, Hussein, A. S., & Puspaningrum, A. (2019). SOR (Stimulus-organism-response) model application in observing the influence of impulsive buying on consumer's post-purchase regret. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 2829–2841.
- Iffa Ainur Rozi.(2021). *Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen
- Jenni Anggraeni, Patricia Dhiana Paramita,M Mukery Warso. (2016). *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Dap Impulse Buying Di Butik Cassanova Semarang*. Journal Of Management. Volume 2 No.2
- Kalalo, R. (2013). Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Matahari Dept. Store, Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1553–1561. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2960>
- Krisnasakti, Anngar (2012), *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi*

- Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang*), skripsi Universitas Diponegoro
- Mariana Angelia Br Sinurat. (2017). *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen Indie Kopi Binjai*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Mashariono, D. F. R. (2018). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Hypermart*.
- Mayla Surveyandini. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Karita Muslim Square Purwokerto*. Ekonomis: Journal of Economics and Business. Volume 5(1)
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia)*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(01).
- Pradiatiningtyas, D. (2019). *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen dalam Melakukan Pembelian Online di Marketplace*. *Journal, Speed Engineering, Sentra Penelitian*, 11(2), 1–8.
- Rafidah Salma Mardhiyah dan Lisa Sulistyawati. (2021). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Shopee*. *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik*. Volume 1 Nomor 1
- Sari, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Sastika, W. (2018). *Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Kota Bandung 2017)*. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6. <http://journals.upi-yai.ac.id/i>
- Susanto, Agus. (2013). *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati*. Universitas Negeri Semarang
- Vania, F. S. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.Com*. *Agora*, 5(1), 1–7.
- Yuliawan, E., Siagian, H. and Willis, L. (2018). *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)*, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume 12, No

Situs Website:

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada>

<https://databoks.katadata.co.id/>

