

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ammi, Chantal. 2007. *Global Consumer Behavior*. Newport Beach: ISTE USA.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian (Sebuah Pendekatan Praktik)*.
Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Corbin, Juliet dan Anselm Strauss. 1998. *Basic of Qualitative Research (Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory)*. New Delhi: Sage Publishing.

Foss, Karen dan Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta Selatan : Penerbit Salemba Humanika.

Khan, Matin. 2006. *Consumer Behavior and Marketing Management*. New Delhi: New Age International Publishing.

Mead, George. 1934. *Mind, Self, and Society (From the Standpoint of a Social Behaviorist)*. Chicago and London: The University of Chicago Press.

Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Jakarta Selatan: Penerbit Ghalia Indonesia.

Tuan, Hapsawati. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

Weber, Elke dkk. 2001. *Conflicts and Tradeoff in Decision Making*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jurnal dan Skripsi

Bhakat, Ravi dan G. Maruganatham. 2013. *An Empirical Study of Impulse Buying Behavior in Online Bookstores*. International Journal of Online Marketing 3(3), 1-17. National Institute of Technology India.

Cistaning, Dewa dan Astari Catur. 2017. *Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping di Instagram*. Channel 5(2), 33-46. Universitas Telkom.

Fauziah. 2020. *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" Dalam Meningkatkan Penjualan*. Jurnal Abiwara 1(2), 45-53. Universitas 17 Agustus Jakarta.

Fisher, Robert dan Dennis Rook. 1995. *Normative Influences on Impulse Buying Behavior*. Journal of Consumer Research (22), 305-314.

Gumilang, Wayan dan I Ketut Nurcahya. 2016. *Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping dan Impulse Buying*. E-Jurnal Manajemen 15(3), 1859-1888. Universitas Udayana, Bali.

- Hodge, Rebecca. 2004. *Factors Influencing Impulse Buying During an Online Purchase Transaction*. Master of Applied Science. University of Waterloo.
- Hoffman, Donna dan Thomas Novak. 2000. *Measuring the Customer Experience in Online Environments: A Structural Modeling Approach*. *Marketing Science*, 19(1), 22-44.
- Imalana. 2012. *Analisis Motivasi Konsumen Online Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Transaksi C2C Commerce (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus)*. Skripsi. Universitas Indonesia
- Janiszweski, Chris dan John Lynch. 1997. *Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplace*. *Journal of Marketing* 61, 38-53.
- Lalelung, Marcela dan Sifrid S. Pangemanan. 2018. *Analisis Tingkah Laku Pembelian Secara Tidak Terencana Pada Konsumen Online di Manado*. *Jurnal EMBA* 6(2), 908-917. Universitas Manado.
- Miranda, Yosy. 2016. *Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping*. *Kompetensi* 10(1). Universitas Machung.
- Pradipto, Yosep, Caroline Winata, Kharisma Murti, dan Afifah Azizah. 2016. *Think Again Before You Buy (The Relationship Between Self-Regulation and Impulsive Buying Behaviors Among Jakarta Young Adults)*. *Procedia* (222), 177-185. BINUS University.
- Rook, Dennis. 1987. *The Buying Impulse*. *The Journal of Consumer Research* 14(2), 189-199.

- Sampouw, Christine dan Astri Wulandari. 2020. *Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online "Shopee" Sebagai Pemenuhan Kebutuhan*. Jcommsci 3(2), 58-69. Universita Mercu Buana Yogyakarta.
- Samuri, Valentin, Agus Soegoto, dan Djemly Woran. 2018. *Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online di Shopee*. Jurnal EMBA 6(4), 2238-2247. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sari, Chacha. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. Jurnal Antropologi 4(2), 205-216. Universitas Airlangga.
- Sudjatmika, Fransiska. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. Agora 5(1). Universitas Kristen Petra.
- Sunitha, C.K., dan Edwin Gnanadhas. 2014. *Online Shopping (An Overview)*. Holy Cross College.
- Stern, Hawkins. 1962. *The Significance of Impulse Buying Today*. Journal of Marketing 6(2), 59-62. Sage Publications.
- Verplanken, Bas dan Astrid Herabadi. 2001. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. European Journal of Personality 15, 71-83. John Wiley & Sons.
- Wulan,Winda, Suharyati dan Rosali. 2019. *Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee*. Ekonomi dan Bisnis 6(1), 54-71. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Internet

2018. *Konsumerisme dan Falsafah Hidup Masyarakat Indonesia*. Diakses dari <https://geotimes.co.id/opini/konsumerisme-pergeseran-falsafah-hidup-masyarakat-indonesia/> . Diakses pada 17 Agustus 2020.
2018. *Guru Besar FEB UI: Masalah Utama Masyarakat Indonesia Adalah Konsumerisme*. Diakses dari <https://tirto.id/guru-besar-feb-ui-masalah-utama-masyarakat-adalah-konsumerisme-c9op> . Diakses pada 17 Agustus 2020.
2020. *Maslow's Hierarchy of Needs*. Diakses dari <https://www.simplypsychology.org/maslow.html> . Diakses pada 29 Maret 2020.
2017. *Impulse Buying: Bijakkah Ketika Kita Membeli?*. Diakses dari <https://pijarpsikologi.org/impulse-buying-bijakkah-ketika-kita-membeli/> . Diakses pada 06 Maret 2020.
2019. *Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online> . Diakses pada 06 Maret 2020.
2019. *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah->

[pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa#:~:text=APJII%3A%20Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20Tembus%20171%20Juta%20Jiwa,-Kompas.com%20%2D%2016&text=Menurut%20Sekjen%20APJII%2C%20Henri%20Kasyfi,Maret%20hingga%2014%20April%202019.](#) . Diakses pada 06 Maret 2020.

2016. *Mengenal Generasi Millenial.* Diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media . Diakses pada 06 Maret 2020.

2019. *Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial.* Diakses dari <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial> . Diakses pada 05 Maret 2020.