

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [Apjii]. (2020). Profil Pengguna Internet Indonesia. Jakarta.
- Databoks.Katadata.co.id, (2018). Berapa Pembeli Digital Indonesia. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2018/03/27/Berapa-Pembeli-Digital-Indonesia/>. (Diakses 15/01/2021).
- Databoks.Katadata.co.id, (2019). Daftar E-commerce dengan nilai transaksi terbesar. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>
- Dewantoro, A., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Lazada. Co. Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(08).
- Ghozali, Imam, 2011, Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hermawan Ismail (2019) Pengaruh Harga Diskon, Keragaman Produk dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Impulse Buying pada Program Flash Sale Tokopedia
- Huda, S. (2021). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN DISCOUNT TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MARKETPLACE LAZADA (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Iprice.co.id,(2020).Peta E-commerce Indonesia.
<https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce/> (Diakses 15/01/2021).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. Sains Manajemen, 5(2).
- Manap, A. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan online shopping di kota Makassar. Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi, 5(1), 113-132.
- Peter, J. P., & Olson, C. J. (2014). Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran.

- Pradina, A. (2016). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE KOTA MALANG. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Prastia, F. E. (2013). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan hedonic shopping value terhadap impluse buying behaviour pelanggan toko Elizabeth Surabaya [CD-ROM] (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya).
- Putra, M. R. M., Albant, M. A. K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). PENGARUH PROMOSI, FASHION INVOLVEMENT, DAN SHOPPING LIFE STYLE, DAN IMPULSE BUYING DI E-COMMERCE SHOPEE. *REVENUE Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Syari'ah*, 3(02), 21-29.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif,R&D)*. Bandung.
- Tjiptono, F. Diana 2016. *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Topbrand-Award.com (2020). Top Brand Situs Belanja Online. [Http://Www.Topbrand-Award.Com/](http://Www.Topbrand-Award.Com/). (Diakses 20/01/2021).
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). E-commerce: mechanisms, platforms, and tools. In *Electronic Commerce* (pp. 51-99). Springer, Cham.Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144-154.