

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ferinia, Rolyana et al. 2021. *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. eds. Ronal Watrianthos and Janner Simarmata. Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Hardani et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. ed. Husnu Abadi. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hidayat, Aziz Alimul. 2021. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. ed. N. Aulia Aziz. Surabaya: Health Books Publishing.
- Mardia et al. 2021. *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. ed. Teddy Chandra. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Purwanto. 2018. *StaiiaPress Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. ed. Ahmad Saifudin. Magelang: StaiiaPress.
- Salim, and Syahrums. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. ed. Rusydi Ananda. Bandung: Citapustaka Media.
- Setiadi, Nugroho J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, and Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. ed. Maya. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Silvia, Vivi. 2021. *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sitorus, Onny Fitriana, and Novelia Utami. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.

- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. ed. Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen*. Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang, and Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tasnim et al. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Service Management - Mewujudkan Layanan Prima*. III. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. 3rd ed. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. I. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yulianti, Farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Jurnal :

- Alfiansyah, Dandi. 2020. *Sepeda Motor Scoopy Di Kota Bima The Effect Of Perception And Motovation Of Purchase Decisions Scoopy Motorcycle In Bima City*. 9(2): 352–68.
- Amanah, Dita, and Stephany P. Alwi. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. *Quanomic* 3(2): 10–18.
- Amel, Amalia Fajrin. 2020. “*Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo.*” *JRMSI – Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11(2): 201-223.

- Novitasari, Sonja. 2021. "***Pengaruh Kepercayaan Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Pengguna Aplikasi Traveloka Selama Pandemi Covid-19***". *JRI - Jurnal Revolusi Indonesia* 1 (9): 1000-1015.
- Choirunnisa, Desi. 2021. ***Perilaku Pembelian Impulsif: Seberapa Besar Peran Gaya Hidup Dan Literasi Ekonomi ?*** 14(1): 61–70.
- Faustyna, Faustyna, and Jumani Jumani. 2017. ***Pengaruh Pengembangan Karir Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (PERSERO) Medan***. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 15(1): 71–79.
- Felita, Patricia. 2019. ***Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita***. *Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 4(April): 159–85.
- Hidayah, Riski, and Eristy Utami. 2017. ***E-Service Quality AND E-Recovery Service Quality On E-Satisfaction Lazada.Com***. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 8(2): 258.
- Irwansyah, Ahmad, and Riko Mappadeceng. 2018. ***Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko on Line Buka Lapak***. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 3(2): 128.
- Laurent, Felicia. 2016. ***Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan***. *Agora* 4(2): 95–100.
- Mariah, and Siti Ruhana Dara. 2020. ***Pengaruh Inovasi Produk, Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dan Dampaknya Terhadap Impulsive Buying Pada Sektor Umkm Kerajinan Tanah Liat Di Desa Wisata Gerabah Kasongan Yogyakarta***. *Jurnal Lentera Bisnis* 9(2): 73.
- Miranda, Yosy Cynthia. 2016. ***Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi***

Impulse Buying Dalam Online Shopping. Journal Kompetensi 10(1): 1–14.

Ningsih, Surya, Maskuri Sutomo, and Ira Nuriya Santi. 2020. *Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Hypermart Di Kota Palu. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 6(3): 243–51.

Santika, Amelia Putri, and Ana Rosmiati. 2020. *Product Placement in the Film Ada Apa Dengan Cinta. Capture : Jurnal Seni Media Rekam* 11(2): 1–14.

Tambunan, Yenni Sofiana, and Nelly Azwarni Sinaga. 2021. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Omzet Penjualan Pada CV. Graha Mineral Arsi Sibolga.” Akrab Juara* 6(3): 14–29.

Sumber Website :

<https://careers.shopee.co.id/about/> (diakses Oktober 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021> (diakses (diakses Oktober 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-e-commerce-indonesia-diproeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021> (diakses November 2021)

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses November 2021)

<http://surabayakota.bps.go.id> (diakses November 2021)

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=shopee (diakses Desember 2021)