

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Amelia, Ratih. 2019. Pengaruh Cashback Dan Promo Buy One Get One Terhadap Impulse Buying Pada Luplup Bubble Drink Plaza Medan Fair. Lembaga Penelitian dan Pengabdian masyarakat Politeknik Ungul LP3M Medan :Vol. 6 No.1.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, G. E. & Belch, M. E. 2015. Advertising and Promotion, an Integrated Marketing Communication Perspective (10th edition)., Mc Graw Hill. New York.
- Bungin, Burhan. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Edisi pertama. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Chaffey, Dave & Smith, PR. 2013. E-Marketing: Excellence. UK: Butterworth-Heinemann.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Internet World Stats. 31 Desember 2019. Top 20 Countries With The Highest Number Of Internet Users. Dipetik 12 November 2020 dari <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>
- Kemp, Simon. 30 Januari 2020. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. (Hootsuite)Wearesocial.com. Dipetik 12 November 2020 dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Komalasari, Tia Dwitiani. 11 Juni 2020. Belanja Online Meningkat 400 Persen, BPKN : Masih Banyak Dikeluhkan Konsumen. Dipetik 14 November 2020 dari <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01399518/belanja-online-meningkat-400-persen-bpkn-masih-banyak-dikeluhkan-konsumen>
- Kotler dan Keller. 2016. Marketing Management 15th edition. United States: Pearson Education Limited
- Kotler, P. dan G, Armstrong 2012. Prinsip-prinsip pemasaran 2. Edisi duabelas. Jakarta: Erlangga
- Nadya. 2016. Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis.
- Pangestika, Nadia. 2018. Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling
- Piccoli.G and Chekitan S. Dev. 2012. A Global Study of Internet-Enabled Flash Sales and Private Sales

- Pradana, Mahir. 2015. Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. Universitas Telkom MODUS Vol.27 (2): 163-174.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John. 2005. Perilaku Konsumen. Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Prayitno, Sunarto dan Harjanto, Rudy. 2017. Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communications Management*) . Depok : Raja Grafindo Persada
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM).
- Pusparisa, Yosepha. 16 Oktober 2020. Kejar-mengejar Raksasa E-Commerce Indonesia Gaet Pengunjung Web. Sumber iPrice 2020. Dipetik 15 November 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/16/kejar-mengejar-raksasa-e-commerce-indonesia-gaet-pengunjung-web>
- Romadhon, Rian. 7 October 2020, 5 model bisnis e commerce. Dipetik 16 November 2020 dari <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g>
- Rook, D.W. and Fisher, R.J., 1995. Normative influences on impulsive buying . Journal of consumer research, pp.305-313.
- Setyaningrum,Ari; Udaya,Jusuf; Efendi (2015) ,Prinsip-Prinsip Pemasaran,penerbit ANDI : Yogyakarta.
- Sokwadji, Jusuf. 2012. Pengantar Metodologi Penelitian. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Statista Market Outlook Januari 2020. Barang yang di Beli secara Online. Dipetik 14 November 2020 dari <https://grahanurdian.com/e-commerce-indonesia-tahun-2020/>
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. 2012. E-Marketing. London: Pearson.
- Subroto, Budiarto .2011. Pemasaran Industri (*Business to Business Marketing*).Yogyakarta : Andi
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).Bandung: Alfabeta
- (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2015. Perilaku Konsumen. Bogor: Graha Indonesia
- Suryani dan Hendryadi. 2015. Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Prenada Media Group
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit ANDI Yogyakarta.

- Utami, C. W. 2018. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation. *Journal Consumer Policy*, 34(2), 197-210.
- Wikipedia. 18 November 2020. Shopee. Dipetik 15 November 2020 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- 1 November 2020. Cashback and Rebates. Dipetik 29 November 2020 dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Rebate\\_\(marketing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Rebate_(marketing)).
- Yogiswara, Faros Damas. 2018. Pengaruh *Flash Sale*, *Bonus Packs*, dan *Discount* Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Shopee ID. Surabaya: Repositoryunair.co.id
- Zakiyyah, Amalina Maryam. 2018. Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online Pulchragallery. Jember: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 4 No. 1