

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2015). *Manajemen pemasaran edisi cetakan 4*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, Faridha. (2016). *Pengaruh promosi, diskon dan impulse buying terhadap keputusan pembelian hypermart PTC surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (Volume 5, Nomor 7). STIESIA Surabaya.
- Anggriawan, Suardana, dan Sendra. (2016). *Analisis faktor yang mempengaruhi impulse buying wisatawan domestik terhadap produk wisata di biro perjalanan wisata bali*. Jurusan Industri Penjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata (Vol 4, No. 1). UNUD, Bali.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur penelitian*. Jakarta: n Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayuning, Suci S. (2018). *Promosi penjualan terhadap impulse buying pada aplikasi shopee indonesia (survei terhadap mahasiswa aktif universitas sultan ageng tirtayasa)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Belch, George and Belch, Michael. (2015). *Advertising and promotion: an integrated marketing communication perspective*, New York: McGraw Hill.
- Felita, Patricia & Oktivera, Elsie. (2019). *Pengaruh sales promotion terhadap impulse buying konsumen studi kasus: impulse buying pada mahasiswa STIKS TARAKANITA (Volume 4 – Nomor 2 – April)*. Ilmu Komunikasi dan Bisnis

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Husein, Umar. (2014). *Metodologi penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis hal. 78*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Id.wikipedia.org. (2018). *Shopee Indonesia*. Dipetik 1 Maret 2021. Dari: https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia
- Indraswari, Gilang Raafi dan Martono S. (2016). *Pengaruh promosi terhadap impulse buying dengan gender sebagai variabel dummy*. Semarang : Management Analysis Journal 5
- Iprice. (2020). *Peta e-commerce indonesia*. 2 Nopember 2020. Dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jayani, Dwi Hadya. (3 September 2019). *Shopee jadi e-commerce paling top dari masa ke masa*. Dipetik 7 Desember. 2020. Dari databoks.katadata.co.id : <https://katadata.co.id/happyfajrian/berita/5e9a503356c7d/cetak-penjualan-rp-54-t-shopee-e-commerce-terpopuler-di-asia-tenggara>
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing management 15th edition*. United States: Pearson Education Limited
- Kurniawan, Sigit. (18 Januari, 2018). *Lima tren e-commerce tahun 2018*. Marketeers.com. Dipetik 1 Nopember, 2020, dari www.marketeers.com : <http://marketeers.com/lima-tren-e-commerce-tahun-2018>
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maarif, Nurcholis (17 Maret, 2020). *Shopee jadi e-commerce terpopuler di Indonesia*. Dipetik 8 Desember, 2020, dari inet.detik.com : <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4943363/shopee-jadi-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>

- Machfoedz, Mahmud. (2010). Pengantar pemasaran modern. Penerbit : Akademi Manajemen Perusahaan, Penerbit : YKPN, Yogyakarta
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen pemasaran teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung: Alfabeta.
- Nana Herdiana. (2015). *Manajemen strategi pemasaran* hal. 2 2. Bandung: CV Pustaka Setia.
- PDDIKTI. *Data jumlah mahasiswa administrasi bisnis upn “veteran” jatim ganjil 2019*. 2 Nopember 2020 dari :
https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_prodi/OUVEMTIwNUUtQ0FCMi00NjM1LTg2RDUtMUM2NzRBN0I2NEQx#
- Reily, Michael (23 Agustus 2019). *Cetak Penjualan Rp 54 T, Shopee e-commerce terpopuler di asia tenggara*. Dikutip 8 Desember. 2020. Dari katadata.co.id :
<https://katadata.co.id/happyfajrian/berita/5e9a503356c7d/cetak-penjualan-rp-54-t-shopee-e-commerce-terpopuler-di-asia-tenggara>
- Riyanto, Andi. (2020). *Hootsuite (we are social): indonesian digital report 2020*. Andi.link. 2 Nopember. 2020, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan lengkap SPSS versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

- Supriyanto, Eko. (19 Januari 2018). *Lima prediksi tren e-commerce di indonesia pada 2018*. Tribun Techno. 1 Nopember, 2020. dari www.tribunnews.com : <https://www.tribunnews.com/techno/2018/01/19/lima-prediksi-tren-e-commerce-di-indonesia-pada-2018>
- Thidi. (18 Agustus 2018). *Prestasi shopee situs marketplace yang mampu bersaing dalam waktu singkat*. www.thidiweb.com. 2 Nopember 2020. dari <https://thidiweb.com/sejarah-shopee/>
- Tifferet, Sidal and Ram Herstein. (2012). *Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption*. Journal of Product & Brand Management.
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen ritel: strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Wahyudi, Septian. (2017). *Pengaruh price discount terhadap impulse buying*. Jurnal Valuta Vol. 3 No 2, Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau
- Widayani, D. Shilpia. (2020). *Pengaruh motivasi belanja hedonis dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif pada e-commerce Shopee dengan emosi positif sebagai variabel mediasi*. Yogyakarta: Universitas Senata Dharma.
- Wu, I. L., Chen, K. W., & Chiu, M. L. (2016). *Defining key drivers of online impulse purchasing: a perspective of both impulse shoppers and system users*. International Journal of Information Management, 36(3), 284–296. <http://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.015>