

DAFTAR PUSTAKA

REFERENSI BUKU

- Kadir. (2015). *Statistika Terapan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Purwanto, S. (2016). *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundayana, R. (2015). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Levy, M, and Weitz, B.A. (2009). *Retailing Manajemen*. New York : Mc Graw Hill

REFERENSI JURNAL DAN SKRIPSI

- Japariato, E dan Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41.
- Fauziyyah dan Oktafani, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 1–14.
- Hursepuny, C. V., Oktafani, F., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., dan Telkom, U. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee_Id . *e-Proceeding of Management* 5 (1), 1041-1048.
- Aqmarina dan Wahyuni. (2018). Pengaruh Motivasi Hedonic Shopping dan Adiksi Terhadap Impulse Buying. *Journal of Psychology*, 6(2), 153-165.

- Wahyuni, D.F dan Rachmawati. I (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(2), 59-65
- Gultekin, B. dan Ozer, L. (2012). The Influence Of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4(3), 180-189
- Lestari. (2014). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa (Versi Elektronik). *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14
- Rismaya, S. (2018). Pengaruh Shopping Life Style Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying.
- Utami, B. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonic Terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai perantara. Universitas Negeri Yogyakarta.

REFERENSI INTERNET

- Akhdi Martin Pratama. (2019). *Total Transaksi Shopee Tembus Rp 51 Triliun pada Kuartal II 2019 - Kompas*.
- Army, A. P. (2013). *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas* (p. 3). <http://id.wikipedia.org/wiki/Riset>
- Army, A. P. (2019). *Perdagangan Elektronik - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik
- Bella, A. (2017). Gencar Kampanye, Shopee Dorong Brand Awareness Demi Visibilitas. In *Marketeers* (p. 1). <http://marketeers.com/gencar-kampanye-shopee-dorong-brand-awareness-demi-visibilitas/>
- Burhanudin, T. (2016). *Wanita dan Kecenderungan "Belanja Dadakan."* <https://www.kompasiana.com/tonyburhanudin/57c53c87e1afbd4545cf7a34/wanita-dan-kecenderungan-belanja-dadakan?page=all>
- Husaini, A. (2018). *75% transaksi online di Asia Tenggara terjadi di aplikasi mobile*.
- Iprice.co.id. (2019). Shopee Jadi E-Commerce Paling Top dari Masa ke Masa. In *Iprice.Co.Id* (p. 2019). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/03/shopee-jadi-e-commerce-paling-top-dari-masa-ke-masa>
- Rahayu, N. (2019). Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia. In *Wartaekonomi.Co.Id* (p. 1). <https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html>
- Rika, H. (2018). *Kominfo_ Perlindungan Konsumen E-Commerce Telah Diatur UU ITE.s*

- Setiawan, S. R. D. (2018). Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang. In *KOMPAS.com*.
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>
- Zaenudin, A. (2018). *Orang Cenderung Belanja Online Saat Jam Kerja* - Tirto.

