

DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU

- Hasibuan. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT.Bumi Aksara.
- Ismail, S. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta Bandung.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Sugiyono, P D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: CV. Alfabeta.

II. JURNAL

- Aprilianti, S., Fourqoniah, F., & Andriana, A. N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Toko Hoshy Di Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 1–13.
- Hikmah. (2020). Pengaruh Harga , Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 173–179.
- Susilawati, E. E. S., & Wahdiniwaty, R. . (1967). Pengaruh Kepribadian Dan Harga Terhadap Impulse Buying Di Toko Buku Bandung Book Center Pada Produk Novel Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 6(11), 951–952.
- Tielung, M. V. J. (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3538–3548. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17617>

- Ghoribi, K. Al, & Djoko, H. (2018). Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pebelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 185–191.
- Khasanah, A. U., & Jasman. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku. *Jurnal Riset Bisnis*, 93(1), 66–74.
- Kotler, P. (2016). *marketing management (15 th)*. Pearson Education, Inc.
- Lestari, R. (2016). Analisis Efek Promosi dan Discount Terhadap Impluse Buying (Studi Kasus Konsumen Mall Kediri Town Square). *Jurnal Nusamba*, 1(2), 27–27. efektor.unpkediri.ac.id/index.php//manajemen
- Miranda, Y. C., & Machung. (2017). kajian terhadap faktor yang mempengaruhi impulse buying dalam online shopping. *Jurnal Manajemen*, 10, 63–76.
- Batlajery, S. (2016). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Pada Aparatur Pemerintahan Kampung Tambat Kabupaten Merauke. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Unmus*, VII(2), 135–155
- Devi Kurniawati, S. R. (2014). *Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying Pada Giant Pekanbaru*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, VI(3), 24.
- Devi, L. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya .
- Ghoribi, K. Al, & Waloejo, H. D. (2018). Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pebelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 185–191
- 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* . *eProceeding of Management 5 (1)*, 1041-1048.
- Jamaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 21(1), 1–8.
- Lestari, R. (2016). Analisis Efek Promosi dan Discount Terhadap Impulse Buying

(Studi Kasus Konsumen Mall Kediri Town Square). *Jurnal Nusamba*, 1(2), 27– 37.

Liliani Setya Suhendro. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Pricylia Wauran, J. G. P. (2016). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Servicescape Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Freshmart Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 532–544.



III. WEBSITE

Iprice. (2021). *Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi E- commerce di Indonesia dan Asia Tenggara*. [Iprice.co.id](http://iprice.co.id)

Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik. Dipetik dari <https://peraturan.bpk.go.id/>

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem transaksi elektronik. Dipetik dari <https://jdih.kemenkeu.go.id>

Widowati, H. (2019, april 25). *Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat*. Dipetik Juni 20, 2021, dari katadata.co.id

PDDikti. (2021). *Perbandingan Perguruan tinggi*. Dipetik dari <https://pddikti.ristekdikti.go.id>

Libera. (2019, Maret). *Aspek Hukum e-Commerce & Jual Beli Online yang Harus Anda Ketahui*. Dipetik February 24, 2020, dari <https://libera.id>:
<https://libera.id/blogs/aspek-hukum-bisnis-ecommerce/>

Vivin Dian Devita, A. F. (2019, Desember 5). *Pengguna Aktif Bulanan Aplikasi E- commerce di Indonesia dan Asia Tenggara*. Dipetik dari <https://iprice.co.id/trend/insights/pengguna-aktif-bulanan-aplikasi-e-commerce-di-indonesia-dan-asia-tenggara/>