

## Daftar Pustaka

- Anshari, M. F., & Septiana E. M. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Situs Berrybenka.com. *Prosiding Manajemen*. 4(2), 2460-6545
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Asriningati, M., & Tri I. W. (2019). Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Online Store Beliefs* Terhadap *Impulse Buying* Pada Lazada.Co.Id. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. 15(2)
- Fauziyyah, A. N., & Farah O. (2019). Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behavior* (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. 8(1)
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh *Sales Promotion* Shopee Indonesia Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Studi Kasus: Impulse Buying pada mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159-185
- Listianto, K. F., Fauzi, R. I., Irviani, R., Kasmi, K., & Garaika, G. (2017). Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Industri Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, 8(2), 146-152.
- Maryati, D. E., Erveni (2020). Pengaruh *Price Discount* Dan *In-Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43.

- Melina, M., & Kadafi, M. A. (2018, January). Pengaruh *Price Discount* dan *in-Store Display* terhadap *Impulse Buying* pada Matahari Department Store di Samarinda. In *Forum Ekonomi* (Vol. 19, No. 2, pp. 201-209).
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), 6-15.
- Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh Diskon Dan Pemberian hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail (Survei Online pada Konsumen Matahari Department Store di Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(4), 1-9.
- Poluan, F. J., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 113-120.
- Rahma, W. S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *E-Impulse Buying* Mahasiswi Universitas Negeri Padang Pada Lazada. Co. Id. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1).
- Solenski, V., & Heriyanto, M. (2017). *Influence of Price Discount and Sales Promotion on Impulse Buying Azwa Perfume Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Trifiyanto, K. (2019). Pengaruh Dimensi Online Visual Merchandising dan Promosi Penjualan Online Terhadap Impulse Buying. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2(2), 29-37
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh *Hedonic Shopping Value* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1).

Data Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. Sumber :

<http://databoks.katadata.co.id> , 12.15 wib, 7 Juli 2020

Jumlah Pengunjung Marketplace Di Indonesia Quartal 1 Tahun 2020. Sumber :

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> , 20.50 wib, 10 Juli 2020

Jumlah Transaksi Melalui *E-Commerce* Di Indonesia Tahun 2020. Sumber :

<https://nasional.kontan.co.id/> , 22.22 wib, 7 Juli 2020

Kegiatan Price Discount Pada Shopee. Sumber : <https://shopee.co.id/> , 17.21 wib, 20 Juli 2020