

Daftar Pustaka

- Akyuz, A. (2018). Determinant factors influencing impulse buying behavior of Turkish customers in supermarket setting. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 7(1), 1-10.
- 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
- 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
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- 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).

- Maulana, A., & Novalia, N. (2019). The Effect of Shopping Life Style and Positive Emotion on Buying Impulse (Case Study of the Palembang City Hypermarket). *Information Management and Business Review*, 11(1), 17-23.
- 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.
- 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.
- 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).
- Ridwan, M., & Halimatussakdiah, H. (2019). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepercayaan Pelanggan Pada Produk Sepeda Motor Suzuki Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 685-699.
- Solenski, V., & Heriyanto, M. (2017). *Influence of Price Discount and Sales Promotion on Impulse Buying Azwa Perfume Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: PT Alfabeta.
- 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).

Jumlah Pengguna E-Commerce Di Indonesia.

Sumber, <https://databoks.katadata.co.id/>, 16 Januari 2021

Daftar Marketplace Terpopuler Di Indonesia.

Sumber : <https://qwords.com/> , 18 Januari 2021

Data Pengunjung Zalora Tahun 2020.

Sumber : <https://iprice.co.id/> , 20 Januari 2021

Penjualan E-Commerce Indonesia.

Sumber, <https://databoks.katadata.co.id/> , 22 Januari 2021

Kegiatan Sales Promotion Zalora.

Sumber : <https://www.zalora.co.id/> , 22 Januari 2021