

DAFTAR PUSTAKA

- Arum, Daniar Lingga. (2013). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website Terhadap Sikap Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online “My Sorella”*. Skripsi Sarjana Pada Fakultas Ekonomika Universitas Diponegoro: tidak diterbitkan.
- Cesarion, Rio, Dkk. (2013). *Jurnal Manajemen IKM. Efektivitas Program Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan di Kabupaten Lampung Selatan*, Vol 8, No; 2, September 2013, halm 199- 209. Institut Pertanian Bogor.
- Crafts, Claire Elizabeth. (2012). *Impulse Buying On The Internet*. Thesis B.S., Southern Methodist University. Diterbitkan
- Dawson, Sandy., dan Minjeong Kim. (2009). *External and internal trigger cues of impulse buying online*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 3(1). 20-34.
- Ellitsn, Lena., dan Lina Anatan. (2009). *Sistem Informasi Manajemen Konsep Dan Praktis*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, Achmad. (2014). *Maxmanroe. Elevenia- ecommerce pendatang baru di Indonesia*, [Online]. <https://www.maxmanroe.com/elevenia-ecommerce-pendatang-baru-di-indonesia.html> [18 Oktober 2014]
- Fitrayanto, Wahyu dan Sumarsono. (2012). *Analisis Pembelian Produk Baru Yang Tidak Direncanakan Pada Toko Online (studi pada kaskus.us)*. *Jurnal Manajemen*, 16(2).
- Gültekin, Beyza., Leyla Özer. (2012). *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying*. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4(3). 180-189.

- Guzman, Madeleine. (2014, 08 Agustus). Memaksimalkan Channel Promosi. *Majalah Marketing Edisi 08/XIV/Agustus/2014*. [79- 81]. Jakarta.
- Hardiawan, Anandya Cahya. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (studi pada pengguna situs jual beli online tokobagus.com)*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: tidak diterbitkan.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Hernawan. (2014). *Marketing.co.id. E-commerce di indonesia sangat menjanjikan*, [Online]. <http://www.marketing.co.id/> [19 Oktober 2014]
- Japariato, Edwin., dan Sugiono Sugiharto. (2011). *Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1). 32-41.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing Fifteenth Edition*. England: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip- prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laudon, Kenneth C., dan Carol Guercio Traver. (2012). *E-commerce 2012*. England: Pearson.
- Lumintang, Fenny.F. (2012). *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing Dan Shopping Lifestyle Pada Online Shop*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(6). 1-7.
- Luthfiana, Revalia. (2014). *Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Hedonic Shopping Motives Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam*

- Pembelian Secara Online*. Skripsi Sarjana Pada Fakultas Ekonomika Universitas Dipenogoro: tidak diterbitkan.
- Mitra, Wyndo. (2014). *Startupbisnis. Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini*, [Online].
<http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/> [16 Oktober 2014]
- Mujiyana dan Ingge. (2013). *Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. Jurnal Jati Undip, 8(3). 143- 152.
- Mulianingrum, Wikartika. (2010). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi impulse Buying pada merek super t-shirt (Studi pada Pengunjung Matahari Department Store Singosaren)*. Skripsi Fakultas ekonomi Universitas sebelas maret Surakarta: tidak diterbitkan.
- Nasir, Khoirun. (2010). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Respon Emosi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Carrefour Lebak Bulus- Jakarta Selatan)*. Skripsi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: tidak diterbitkan.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nugraha, Firman. (2014). *Tekno Jurnal. Data pengguna internet di dunia*, [Online]. <http://www.worldstats.com/stats.htm> [16 Oktober 2014]
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Reisenzen, Rainer. (2012). *What Is An Emotion In The Belief Desire Theory Of Emotion?*. Germany: University of Greifswald.
- Riduwan, Kuncoro. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Salim, Joko.(2010). *Online Etrepreneur*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis dengan SPSS*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sedarmayanti, Hidayat Syarifudin. (2011). *Metode Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Suhartini. (2011). *Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online di Komunitas Kaskus Semarang*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: tidak diterbitkan.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama

Suhari, Yohanes., et al. (2011). *Kepercayaan Terhadap Internet Serta Pengaruhnya Pada Pencarian Informasi Dan Keinginan Membeli Secara Online*. Jurnal Dinamika Informatika, 3(1).

Utami, Christina. (2010). *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Valacich, Joseph S., et al. (2007). *The Online Consumer's Hierarchy Of Needs*. Communications Of The Acm, 5(9). 83-90.

Verhagen, Tiber., dan Willemijn van Dolen. (2011). *The Influence Of Online Store Beliefs On Consumer Online Impulse Buying: A Model And Empirical Application*. Journal Information & Management, 48. 320-370.

Wells., et al. (2011). *Online Impulse Buying: Understanding the Interplay between Consumer Impulsiveness and Website Quality*. Journal of the Associaton for information system, 12. 32-56.

www.Elevania.co.id. [17 Oktober 2014]

Yudhistira, Danang Sri. (2011). *Perkembangan E-commerce Di Indonesia*. Karya Ilmiah pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Amikom, Yogyakarta.

Zikmund, William, et al. (2010). *Business Research Methods*, Eight Edition. Canada, South Western Cengage Learning.

LAMPIRAN