

DAFTAR PUSTAKA

- Amru. (2007). *Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Customer Focus Industri Perbankan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sabran, B (2014). Alih Bahasa Kotler, P and Keller K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Jakarta : Airlangga.
- Gültekin, B., dan Özer L., (2012), *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying*. 4 (3) 78-97. *Journal of Economics and Behavioral Studies*
- <https://play.google.com>, 2018
- <https://shopee.co.id/2018>
- Huang, X. (2014). *Online Shopping Outlook*. [online] <http://etd.repository.ugm.ac.id> [23 April 2019]
- In'am, M. F., Suharyono, Y, Edy. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian Impulsif di Distro 3Second Cabang Mall Olympic Garden Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| 36 (1).
- Japarianto, E., dan Sugiharto., S. (2011). *Pengaruh Life Style dan fashion Involvement Terhadap Impulse buying Behavior Masyarakat Higj Income Surabaya*. 18 (2) 53-69. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*
- Kertajaya, H. (2010). *Grow with Character: The Model Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K dan Abdilah, Y. (2014) *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying*. 14 (2). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*
- Kotler, P dan Keller, K. L .(2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi. 13, Erlangga.

- Kotler, P. & Armstrong, G (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lestari, R. A. (2014). *Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif dan Komitmen Organisasi Terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Strategik Pada Madrasah Aliyah Di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat*. [online] <https://www.scribd.com/document/400441632/T-ADP-1202111-Chapter3-pdf>
- Lumintang, F. (2012). *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop*. 1(6). Jurnal Wima,
- Malhotra. (2007). *Marketing Research An Applied Orientation. International*. Edition: Pearson.
- Manning, L. G dan Barry L. R. (2001). *Selling today: building quality*.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana. Prenadamedia Group.
- Mowen, C. J dan Minor M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka
- Mulyono, F. (2012). *Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif*. 8 (1), 88–105. Jurnal Administrasi Bisnis
- Mustafid, G (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : UPP STIM.
- Prakoso, H. W dan Iriani, S.S (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria F150*. 15 (2) 50-62. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen
- Pressman, R.S. (2010). *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ronny A. R, Hendra, T dan Benyamin Molan. (2014). Alih bahasakan Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium* Jakarta : PT Prenhallindo.
- Said A. A. (2018). *"Shoppe Startup Asal Singapura Beri Promo Rp 117 Miliar ke Pengguna Indonesia"*, [online] www.katadata.co.id/berita

- /2018/08/21/startupasal-singapura-beri-promo-rp-117-miliar-ke-pengguna-indonesia [29 September 2019].
- Sari, A. E. (2014). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan.*, 8 (1), 55 – 73. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*
- Sekaran, U. (2014) *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business) Buku 1*. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat
- Setiadi N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Cetakan 4*. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multi Variat Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Similarweb. 2018. *Total Visits, Visit Duration, Page Views, dan Bounce Rate Website Shopee*. [online] www.similarweb.com/top-websites/category/e-commerce-and-shopping/marketplace.html [23 Juni 2019].
- Sopiah dan Syihabudhin. (2011). *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi : Yogyakarta.
- Sudharto P. H., & Reni S., D. (2013). *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Terminal Peti Kemas Semarang*. Diponegoro Journal of Social and Politic, Vol.5 No.3 Hal. 1-9. [online] <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>. [23 Juni 2019].
- Sugiyono. (2015). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung : CV. Alfabeta
- Suharyono dan Yulianto, E. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone Di Counter Handphone Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 36 no. 1: 178-185.
- Sumarwan, U dkk,. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko*, Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset. Pemasaran dan Konsumen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Suparyanto, R. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media.
- Utami. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.

Verplanken, Herabadi, A.G. dan Knippenberg A.V. (2001) *Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic consideration*. 12 (3) 20-31. Asian Journal of Social Psychology

Wahidin. (2013). *Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Website Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta : tidak diterbitkan.

www.swa.co.id