

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Ariffin.2012. Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru. Bandung: PT Rosdakarya
- Amstrong dan Kotler. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, Saifuddin. 2014. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barletta, Martha .2009. Membedik Target Perempuan Raih Penjualan. Indonesia: PPM
- Dolliver, B. Kemp 2009, Equity Research And Valuation Techniques,AIR (CFA Institut), USA.
- Hidayat. 2008. Metode Penelitian Kebidanan Teknik Analisis Data. Jakarta : Salemba Medika
- Hoyer & Macinnis. 2008 Consumer Behavior. .Amerika: Cengage Learning
- Kriyantono. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, P & Keller, K, L, 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Jakarta : PT Indeks
- Liliweri & Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada, Serba Makna. Jakarta : Prenada Media Group
- Mangkunegara. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT Rosdakarya
- Martono, Nanang. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Mawardi. 2011. Consumen Behavior. Jakarta : Alfabeta
- Morissan. 2010. Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Morissan 2014, Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, D 2011. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Pt Remaja Rosdakarya
- Ngalimun. 2017. Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. Yogyakarta. Pustaka Baru Press

- Santoso, Singgih. 2011. Structural Equation Modeling (SEM). Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Singarimbun. 2009. Metode Penelitian Survei. Jakarta : LP3ES
- Siregar, Syofian. 2013. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Schiffman & Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen Edisi 7. Jakarta : PT Indeks.
- Sugiyono. 2008. Statistika Penelitian. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Sukadji, Soetarlinah. 2010. Penyusunan dan Mengevaluasi Laporan Penelitian. Universitas Indonesia Press: Jakarta.
- Sukardi. 2013. Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sunarto, Andi. 2009. Seluk Beluk *E-commerce*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2013. Praktik Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: CAPS
- Suprpto. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi, Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi, Jakarta: Buku Seru.
- Utami. 2012. Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta: Salemba
- Xu & Huang. 2014. Effects Of Price Discounts And Bonus Packs On *Online Impulsive buying*, Mcgraw Hill, New York

Daftar Website

- Kamus International. Konektivitas. <http://Kamus International.Com> [diakses 24 Oktober 2017]
- Marketeers. 2017. Gencar Kampanye, Shopee Dorong Brand Awareness Demi Visibilitas .11 Oktober 2017. (<https://Marketeers.Com/Gencar-Kampanye-Shopee-Dorong-Brand-Awareness-Demi-Visibilitas>) [Diakses 26 Oktober 2017]
- Munawar. 2009. *E-commerce*. [Http://Staff.Uns.Ac.Id](http://Staff.Uns.Ac.Id) [diakses 20 Oktober 2017]

- Republika. 2016. Konsumen Belanja *Online* Banyak Yang Kecewa. ([Http://Www.Republika.Co.Id/Berita/GayaHidup/Trend/17/09/06/Ovtgq2335-Konsumen-Belanja-Online-Banyak-Yang-Kecewa](http://www.Republika.Co.Id/Berita/GayaHidup/Trend/17/09/06/Ovtgq2335-Konsumen-Belanja-Online-Banyak-Yang-Kecewa)). [Diakses 22 Oktober 2017]
- We Are Sosial. 2017. [Https://Wearesocial.Com/Special-Reports/Digital-In-2017-Global-Overview](https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview) [diakses 19 Oktober 2017]

Daftar Jurnal

- Ardiansyah & indah . 2017. Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Vol.2 No.1 Juli 2017. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/view/788> [diakses 20 November 2017]
- Arpan, Yunada & Stephani Dwi Lingga Ambarwati Analisis *Impulsive buying* Dalam Berbelanja *Online* (Studi Pada Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras Bandar Lampung. Volume IX, Nomor 2, Juli 2017 http://ptsgentiaras.ac.id/file_jurnal_dosen/229%20Yunada%20DAN%20STEPHANI%20DLAMBARWATI.pdf
- Asterrina, F. 2015. Pengaruh Discount Terhadap Perilaku *Impulsive buying*. Administrasi Niaga. Depok
- Caesar. 2015. “Analisis Dampak Penggunaan Situs Bukalapak.com Terhadap Perilaku Pembelian Pada Komunitas Samarinda Photographer. Samarinda: FISIP UNMUL. [Http://Ejournal.Iikom.Fisipunmul.Ac.Id/Site/Wpcontent/Uploads/2015/06/Jurnal%20cesar%20done%20untuk%20dprint%20selesai%20jumat%20\(06-26-15-03-51-42\).Pdf](http://Ejournal.Iikom.Fisipunmul.Ac.Id/Site/Wpcontent/Uploads/2015/06/Jurnal%20cesar%20done%20untuk%20dprint%20selesai%20jumat%20(06-26-15-03-51-42).Pdf) [diakses 20 oktober 2017]
- Chrismardani, yustina. 2014. Komunikasi pemasaran terpadu implentasi untuk UMKM. Madura: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Vol 8 No.2 desember 2014. <http://kompetensi.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/472> [diakses 20 November 2017]

- Citrayuliani, Sekar Cahyaningtyas. 2017. Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Lapis Bogor Sangkuriang. Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/88470> [diakses 23 November 2017]
- Dawson & Kim. 2009. External And Internal Trigger Cues Of *Impulsive buying Online*. Direct Marketing: An International Journal. Vol.3 Issue:1, Pp 20-34 <Http://Doi.Org/10.1108/17505930910945714> [diakses 20 Oktober 2017]
- Hendrietta, Paulus. 2012. Impulsive Buying pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma <Http://ejournal.undip.ac.id>artitel>view> [diakses 20 november 2017]
- Ilmalana. 2012. “Analisis Motivasi Konsumen *Online* dalam Melakukan *Impulsive buying* pada Transaksi C2C commerce (Studi pada Forum Jual Beli Kaskus). Tesis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Program S1 Reguler, Universitas Indonesia Depok.
- Guntara, Jovita Sudarsono. 2017. Pengaruh Visual Merchandising Terhadap *Impulsive buying* Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya . Vol 11, No. 1 2017 <http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article /view/20004> [diakses 23 November 2017]
- Koski, Nina, 2004, “*Impulsive buying* On The Internet : Encouraging And Discouragin Factors” Frontier Of E-Business Research. http://www.ebrc.info/kuvat/23_35_04.pdf [diakses 26 oktober 2017]
- Muzakka, A. Nur (2008), “ Penerapan *E-commerce* Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan,” Karya Ilmiah *E-commerce* . STMIK AMIKOM. Yogyakarta.
- Nightisabha, I. Akyuna, Djoko Suhardjanto Dan Bayu Tri Cahya (2009), “Persepsi Pengguna Layanan Pengadaan Barang Dan Jasa Pada Pemerintah Kota Yogyakarta Terhadap Implementasi Sistem E-Procurement” Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 13 No. 2, (Agustus 2009), Pp. 129–150.
- Windarsyah. 2010. Analisis Pengaruh Faktor - Faktor Pembangun Trust Terhadap Partisipasi Pengguna Pada C2C E - Commerce Studi Kasus : Forum Jual Beli

Kaskus. Vol.19 Depok. <http://journal.uii.ac.id/index.php/jurnal-teknoin/article/view/4411> [diakses 27 oktober 2017]

Wolfenbarger, M. and Gilly, M.C. 2003. eTailQ: Dimensionalizing, Measuring and Predicting Etail Quality. *Journal of Retailing*, 79, 183-198

