

DAFTAR PUSTAKA

- Adimaja, Muhammad. (2020). "Transaksi Uang Elektronik Naik Selama Pandemi Corona." *Https://Www.Cnnindonesia.Com/*. Retrieved (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200717162330-78-525960/transaksi-uang-elektronik-naik-selama-pandemi-corona>).
- Al-Zyoud, Mohammad Fahmi. (2018). "Does Social Media Marketing Enhance Impulse Purchasing among Female Customers Case Study of Jordanian Female Shoppers." *Journal of Business and Retail Management Research* 13(2):135–51. doi: 10.24052/jbrmr/v13is02/art-13.
- Aragoncillo, Laura, and Carlos Orús. (2018). "Impulse Buying Behaviour: An Online-Offline Comparative and the Impact of Social Media." *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 22(1):42–62. doi: 10.1108/SJME-03-2018-007.
- Armstrong. (2016). *Marketing An Introduction*. Pearson.
- Bansal, Manoj, and Satinder Kumar. (2018). "Impact of Social Media Marketing on Online Impulse Buying Behaviour." *Journal of Advances and Scholarly Researches in Allied Education* 15(5):136–39. doi: 10.29070/15/57560.
- Bhalla, Gaurav. (2011). *Collaboration and Co-Creation*. Vol. 53. Springer Science Bussiner Media.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis Chadwick. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 6th ed. Pearson.
- Chaffey, Dave, and PR Smith. (2013). *Marketing Excellence*. 4th ed. Routledge.
- Damianus, Andreas. (2018). "Evolusi Gojek Sebagai Fintech Lewat Go-Pay - Tirto.ID." *Tirto.Id*.
- Dave, Chaffey, and PR Smith. (2017). *Digital Marketing Excellence*. 5th ed. Routledge.
- Devita, Vivin Dian. (2019). "Siapa Aplikasi E-Wallet Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia?" *Iprice*.
- Dewi, Herlina Kartika. (2020). "Mei 2020, BI Mencatat Transaksi Uang Elektronik Tumbuh Tinggi." *Keuangan.Kontan.Co.Id*. Retrieved ([https://keuangan.kontan.co.id/news/mei-2020-bi-mencatat-transaksi-uang-elektronik-tumbuh-tinggi#:~:text=Menurut Gubernur BI Perry Warjiyo,sebesar 30%2C33%25 yoy](https://keuangan.kontan.co.id/news/mei-2020-bi-mencatat-transaksi-uang-elektronik-tumbuh-tinggi#:~:text=Menurut Gubernur BI Perry Warjiyo,sebesar 30%2C33%25 yoy.)).

- Dewi, Retia Kartika. (2020). “Selama Masa Pandemi Corona, Transaksi GoPay Melonjak.” *Https://Money.Kompas.Com/*. Retrieved (https://money.kompas.com/read/2020/05/14/142000426/selama-masa-pandemi-corona-transaksi-gopay-melonjak).
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap Dan Pemasaran*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- G. Muruganatham, Ravi Shankar Bhakat. (2013). “A Review of Impulse Buying Behaviour.” *International Journal of Marketing Studies* 5:149–60.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS), Edisi 4*.
- Ghozali, Imam (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gojek. (2021). “Apa Itu Gopay?” *Gojek.Com*. Retrieved (https://www.gojek.com/help/gopay/apa-itu-go-pay/).
- Hair, J., W. Black, B. Babin, and R. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. 7th editio. New York: Pearson.
- Hamali, Arif Yusuf S. s. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. 1st ed. Jakarta.
- Hutt, D. Michael, and W. Thomas Speh. (2010). *Business Marketing Management: B2B*. 10th ed. South-Western Cengage Learning.
- Investasi, Staf Portal. (2018). “Dompot Digital Itu Apa? Ini Uraiannya.” *Portalinvestasi.Com*.
- Jayani, Dwi Hadya. (2019). “Transaksi Uang Elektronik Melonjak 209,8% Pada 2018.” *Databoks.Katadata.Co.Id*. Retrieved (https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/23/transaksi-uang-elektronik-melonjak-2098-pada-2018).
- Jusuf, Dewi Indriani. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. 1st ed. Penerbit Andi.
- Keegan, J. Warren. (2017). *Global Marketing*. edited by 9. Pearson.

- Kharis, Ismu Fadli. (2011). “Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus Di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang).” *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*.
- Khokhar, Aliz Ahmed, Pir Abu baker Qureshi, Farman Murtaza, and Abdul Ghafoor Kazi. (2019). “The Impact of Social Media on Impulse Buying Behaviour in Hyderabad Sindh Pakistan.” *International Journal of Entrepreneurial Research* 2(2):8–12. doi: 10.31580/ijer.v2i2.907.
- Kosyu., et al. (2014). “Pengaruh Hedonic Shopping Motifes Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 14.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. (2017). *Marketing 4.0*. Wiley.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. pearson.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kumar, Ranjit. (2011). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. 3rd editio. London: SAGE Publications Ltd.
- Kusnawan, Agus, Diana Silaswara, Andy, and Tjong Sefung. (2019). “Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang.” *Jurnal Sains Manajemen* 5(2).
- Mamuaya, Nova Christian. (2018). “The Effect of Sales Promotion and Store Atmosphere on Hedonic Shopping Motivation and Impulsive Buying Behavior in Hypermart Manado City.” *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen* 13(1):83. doi: 10.19166/derema.v13i1.785.
- Moriansyah, La. (2015). “Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences.” *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19:187–96.
- Mustami, Adinda Ade. (2019). “BI Mencatat Porsi Pendapatan Untuk Konsumsi Naik.” *Nasional.Kontan.Co.Id*. Retrieved (<https://nasional.kontan.co.id/news/bi-mencatat-porsi-pendapatan-untuk-konsumsi-naik>).
- Ozen, H., and N. Engizek. (2014). “Shopping Online without Thinking: Being Emotional or Rational?” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 78–93.
- Permana, Adrian. (2019). “Pemasaran Melalui Media Sosial : Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda.” *Seoanaksholeh.Com*. Retrieved (<https://seoanaksholeh.com/marketing/pemasaran-melalui-media-sosial>).

- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Sembilan,. Jakarta: Salemba empat.
- Philip Kotler., Kevin Lane, Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. Pearson.
- Purwanto, Dwi. (2015). “Pengaruh Gender, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta).” *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Rachelea, Sarah. (2018). “Sistem Pembayaran Elektronik Non-Tunai Ternyata Bikin Masyarakat Tambah Boros.” *Suratkabar.Id*. Retrieved (<https://www.suratkabar.id/113834/ekonomi/sistem-pembayaran-elektronik-non-tunai-ternyata-bikin-masyarakat-tambah-boros>).
- Ratih, I. A. T., and D. P. Astiti. (2016). “Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri Di Denpasar.” *Jurnal Psikologi Udayana* 3(2):209–19.
- Reska, Nistanto. (2019). “Riset: Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen.” *Kompas.Com*, April 2.
- Ryan, Damian. (2013). *Understanding Digital Marketing*. 3rd ed. Kogan Page.
- Sarjono, Haryadi, and Winda Julianita. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sehl, Katie. (2019). “All the Different Ways to Calculate Engagement Rate.” *Blog.Hootsuite.Com*. Retrieved (<https://blog.hootsuite.com/calculate-engagement-rate/>).
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revi. Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Setyowati, Desy. (2019). “Transaksi Tembus Rp 89,5 Triliun, Pengguna Aktif GoPay Terbanyak Di RI.” *Katadata*, September 14.
- Singh, yogesh kumar. 2016. *Fundamental of Research Methodology and Statistics*. New Age International.
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. 10th ed. Pearson.
- Solomon, Michael R., Gary J. Bamossy, Askegaard. Soren T., and Margaret K. Hogg. (2013). *Consumer Behaviour A European Perspective*. 5th ed. Pearson.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulayya, Syifa. (2019). “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.” *Eprints.Undip.Ac.Id*.
- Usman, Hardius, and Nurdin Sobari. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Utami. (2017). *Manajemen Ritel Dan Strategi Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: Salemba empat.
- Utami, Suci Sedy. (2017). “Masyarakat Indonesia Gaji Pas-Pasan Tapi Gaya Hidup Hedonis.” *Medkom.Id*. Retrieved (<https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/dN6gD4Qb-masyarakat-indonesia-gaji-pas-pasan-tapi-gaya-hidup-hedonis>).
- Zulfikar, Alif Ryan, and Mikhriani. 2017. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta Alif.” *Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam* 6(2):5–9.