

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama: Yogyakarta.
- Alwi, Hasan dkk. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- A. Shimp, Terence. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu). Jilid I*. Edisi Terjemahan. Erlangga: Jakarta
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Azwar, Saifuddin. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainny)* Edisi Kedua. Jakarta: Penanda Media Group.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cannon, dkk. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Chaffey, (2009:10). *Perdagangan elektronik e-commerce*.
- Diandra, dkk. (2016). *Strategi Membangun Bisnis Mandiri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Don Tapscott, (2015). *The Digital Economic – Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw-Hill Education.
- Fedelis. (2015). *Strategi Pemasaran Berbasis Kekhawatiran*. Yogyakarta: Jalasutra

- Ferdinand, Augusty. (2002). *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian. Manajemen. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*, cetakan.1. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hetharie, Jondry Adrin. 2012. *Peran Emosi Positif sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial terhadap Impulse Buying Tendency pada Matahari Department Store Kota Ambon*. Jurnal Aplikasi Manajemen.
- Isyanto, P., Eman, S., dan Herligiani (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*. Jurnal Manajemen
- Juliandi, Azuar dkk. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Umsu Press.
- Kosyu, D.A., Hidayat, K. dan Abdillah, Y. (2014). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis
- Kotler, Philip. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management. 14th Edition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan AB Susanto. (1999). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian)*. Jakarta: Salemba Empat Menurut OECD, (2016). (*Organization for Economic Co-operation and Development*) Ekonomi Digital.
- Pengguna Internet Terbesar di Asia, (Juni, 2019). Sumber Internetworldstats.
- Rohman, Fatchur. (2009). *Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian di Butik Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen

- Simamora, Bilson. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*.
- Simamora, (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*.
- Sutisna, (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Transaksi E-Commerce Indonesia Terbesar di Asia Tenggara. Sumber : Google, Temasek, Oktober 2019 <https://www.indotelko.com/kanal?c=ecm&it=ecommerce-laris>.
- <https://help.shopee.co.id/hc/id/articles/115007810068-> .
- Turban, (2012:38). *Perdagangan elektronik e-commerce*. Indrianto.
- Top 10 Platform E-commerce Favorit di Indonesia, (2019). Sumber: iprice di dalam databoks.
- Wirma, Siska Ade. (2013). *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Sikap Mahasiswa Universitas Negeri Padang Atas Produk Smartphone Samsung Galaxy*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Widjaya Putra, Endhar, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto . (2016). *Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)*. Tersedia di Database Jurnal Universitas Brawijaya Malang.
- Wikipedia. (2019). *Shopee Indonesia*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia). Diakses 23 Oktober 2019.
- Yunita Geraldine Male, Sandy dan Ixora Lundia. (2015). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Minat Konsumen Menjadi Siswa English First Cabang Taman Mini*. Tersedia di Database Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Jakarta.