

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Ratih. 2019. Pengaruh Cashback Dan Promo Buy One Get One Terhadap Impulse Buying Pada Luplup Bubble Drink Plaza Medan Fair. Lembaga Penelitian dan Pengaduan masyarakat Politeknik Ungul LP3M Medan :Vol. 6 No.1.
- Belch, G. E. & Belch, M. E. 2015. Advertising and Promotion, an Integrated Marketing Communication Perspective (10th edition), Mc Graw Hill. New York.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair. (2014). JUMLAH PENNTUAN SAMPEL. 40–52.
- Pradana, Mahir. 2015. Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. Universitas TelkomMODUS Vol.27 (2): 163-174.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).Bandung:Alfabeta
- Utami, C. W (2018). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional BisnisRitelModern di Indonesia. Jakarta : Salemba Empat
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An IntegrativeSelf-Regulation. Journal Consumer Policy, 34(2), 197-210.
- Zakiyyah, Amalina Maryam. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online Pulchragallery. Jember: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 4 No. 1
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh potongan harga (discount) terhadap pembelian

- tidak terencana (impulsive buying) (studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember). Departement of management FEB UMM.
- Fernanda, M. (2019, September 5). Pengaruh promosi Pengaruh, daya tarik iklan internet, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara. Pages. 07-12.
- Ginting, S. S. (2019). Pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian impulsif secara online (studi pada pengguna Aplikasi Lazada di kecamatan Pancur Batu). Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.
- Juliasuti, A. D., N. H., & Faizah. (2016). Kepemilikan kartu pembayaran elektronik tidak memoderasi gaya hidup hedonis terhadap perilaku impulse buying.
- Nasib. (2017, December 2). Pengaruh price discount dan bonus pack terhadap keputusan impulsive buying pada PT.Toyota Auto 2000 Cabang Sisingamangraja Medan. Journal of Business Studies. ISSN : 2443-3837.
- of flash sales on consumers & e-commerce industry in India. Symbiosis Institute of Telecom Management, Constituent of Symbiosis International University, India. DOI : 10.517612251-2012-QQE17.9.
- Ompi, A. P., J. L., & Wenas, R. S. (2018).
- Putra, I. M., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh gender, daya tarik, kepemilikan kartu kredit terhadap perilaku pembelian impulsif online produk lifestyle. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Reza, F. (2016, June 1). Strategi promosi penjualan online LAZADA.CO.ID.
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018, March 1). Pengaruh price discount, bonus pack, dan in-Store display terhadap keputusan impulsive buying pada GIANT EKSTRA Banjar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. ISSN : 2597-467X.

Pages. 51-60.

- Solenski, V. (2017, October 2). Influence of price discount and sales promotion on impulsive buying Azwa Perfume Pekanbaru. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Sujata, J., D. M., P. A., & T. V. (2017). Impact
- Syastra, M. T., & Wangdra, Y. (2018, October 12). Analisis Online impulsive buying dengan menggunakan Framework SOR. Universitas Putera Batam. DOI :10.21456/Vol8iss2pp133-140.
- Wahyudi, S. (2017, October 2). Pengaruh price discount terhadap impulsive buying. Departement of Administration Business Studies Program. Faculty of Social and Political Science. ISSN :2502-1419.
- Yogiswara, F. D. (2018). Pengaruh flash sale, bonus pack dan coupons terhadap impluse Buying pada pelanggan Shopee ID.
- Anggiani, Sarfilianty. (2018). *Kewirausahaan pola pikir pengetahuan keterampilan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen edisi 5*. Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guolla, M. A., G. E., & M. A. (2017). *Advertising & promotion an integrated marketing communications perspective*. Canada: Mc Graw Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management 14*. New Jersey: Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta
- Pusparisa, Y. (2020, Oktober 16). Kejar-mengejar Raksasa E-Commerce Indonesia GaetPengunjung Web.Sumber iPrice 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/16/kejar-mengejar-raksasa-e-c-ommerce-indonesia-gaet-pengunjung-web>
- Wikipedia (2020). Shopee. dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>