

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajang, & Hasanuddin. (2020). PENGARUH PERIKLANAN, BEBAS ONGKOS KIRIM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG PADA APLIKASI LAZADA DI KECAMATANRANGKUI KOTAPANGKALPINANG. *JEM: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 90-98.
- Andira Sari, C. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*, 207.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Firmansyah, A. (2017). KAJIAN KENDALA IMPLEMENTASI E-COMMERCE DI INDONESIA. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 129-130.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kapriani, & Ibrahim. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 395-403.
- Kustiyahningsih, Y., Rahmanita, E., Rosa Anamisa, D., Purnama, J., & Hasbunallah, M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place Untuk Meningkatkan Produk Penjualan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19*. Malang: Media Nusa Creative.
- Miranda, Y. C. (2016). KAJIAN TERHADAP FAKTORYANG MEMPENGARUHI IMPULSE BUYINGDALAM ONLINE SHOPPING. *Kompetensi*, 63-76.
- Populix. (2020, 11 9). <https://info.populix.co/articles/?search=tren+belanja+online+masyarakat> . Diambil kembali dari populix.co: <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/>
- Ritonga, R. A., & Risal, T. (2023). Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas

- Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama) . *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 73-91.
- Rizqy, N. D., & Hidayati, L. L. (2021). Pengaruh kualitas informasi dan shopping lifestyle terhadap pembelian impulsif konsumen milenial pada e-commerce (studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). *usiness and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 593.
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA GIANT EKSTRA BANJAR. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 51-60.
- Siba, D. S. (2013). PERANAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA BERDASARKAN PERBEDAAN JENIS KELAMIN DI SAMARINDA. *Psikoborneo*, 185-191 .
- Silvia, C., & Atnan, N. (2019). PENGARUH TESTIMONIAL REVIEW BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA BANDUNG (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim). *e-Proceeding of Management*, 1716-1717.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhriyanto, Arifin, R., & Slamet, A. R. (2018). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, DISCOUNT DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA PENGUNJUNG MATOS (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 57-66.
- Yistiani, N. N., Yasa, N. N., & Suasana, I. G. (2012). PENGARUH ATMOSFER GERAJ DAN PELAYANAN RITEL TERHADAP NILAI HEDONIK

DAN PEMBELIAN IMPULSIF PELANGGAN MATAHARI  
DEPARTMENT STORE DUTA PLAZA DI DENPASAR. *Jurnal  
Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* , 139-143.