

DAFTAR PUSTAKA

- Astari, D. , & Catur, n. (2018). Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping Pada Instagram (Analisis Deskriptif Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Pada Instagram).
- Afif,Muhammad., Purwanto. (2020). Pengaruh motivasi belanja hedonis, gaya hidup berbelanja dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsive pada konsumen shopee ID. Jurnal aplikasi manajemen dan novasi bisnis. 2 (2)
- Aprilia,E, D., & Ryan, M. (2022). Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying Pada Mahasiswa Hedonism Lifestyle And Impulse Buying For College Students. Jurnal ecopysy. 7 (2)
- Ascasputra, Adittyaa., Kiswari,P,A. (2022). Analisis Pembelian Impulsif pada marketplace pada masa pandemic covid 19. Jurnal ilmiah manajemen. 17 (2)
- Anggraini, Ella. (2020). Perbedaan Impulse buying Pada online shopping ditinjau dari jenis kelamin. Skripsi
- Britsman,. S., & Kristina,s. (2011).Teenage girls aged 13 to 15 and their impulse consumption of clothes “All my purchases are impulse purchases!”
- Charitsis,Vassilis., Detlev,Z., Alan,B. Creating wordls that create Audiences : Theorising Personal Dara Market in the age of communicative capitalise. 2018. triple C. 16 (2)
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. Relasi : Jurnal Ekonomi, 18(1), 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>
- Darmidy,Aaron., Detlev Zwick. (2020) Manipulate to empower: Hyper - relevance and the contradiction of marketing in the age of surveillance capitalism. Article
- Ernayanti, N. M. D., & Marheni, A. (2019). Peran konformitas teman sebaya dan self monitoring terhadap impulsive buying Pada remaja madya putri di denpasar. Jurnal Psikologi Udayana. Edisi Khusus Kesehatan Mental, 000, 226–236. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/47166>

- Feisol,Fadel,A. (2018). Streetwear Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Urban (Studi Deskriptif Kualitatif Identitas Budaya Pada Remaja Pengguna Streetwear di kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*. 1(1)
- Fithriyani,S. A., & Aisya., Grin. (2022) Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswi Pengguna E-commerce Shopee Ditinjau Dari Kontrol Diri. *JCA Psikologi*. 3 (1)
- Firmansyah, Muhammad, A. (2018). Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran).Deepublish publisher.
- Ganawati, N., & et. al. (2019). Faktor Eksternal Dan Internal Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pembeli Pada Toko Ritel Waralaba Di Kabupaten Gianyar. *Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 33–40. https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wacana_ekonomihttp://dx.doi.org/10.22225/we.18.1.990.33-40
- Harapah, Dedy, A., Dita,Amanah. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia : Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9 (2)
- Hermawan, herry. (2017). Sikap konsumen Terhadap belanja online. *Wacana*, 16 (1)
- Jayanti, Gita. (2014). PENERAPAN E-COMMERCE DALAM PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN DI TOKO EAST KALIMANTAN CENTER SAMARINDA. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. 2 (1)
- Jati, Rahayu,S. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Iklan Youtube Partai Solidaritas Indonesia. Skripsi.
- Little John,Stephen,W. & Foss, Karen, A. (2009). *Theories Of Human Communication* 9th Ed. Salemba Humanika.
- Murdiyanto, Eko. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal). Yogyakarta.Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Miranda,Y. C,. Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. (2016)
- Nugraha, Jefri, Dian, A., Gairah, S., Umi, M., Gazi, S., Rosmawati., (2021). Teori Perilaku Konsumen. NEM – Anggota IKAPI

- Octavia, Damayanti. (2015). The Differences of Online and In-store Impulse Buying Behavior using Stimulus and Response Model.
- Pebrianti, Wenny., Septi, P,S. (2022). Faktor internal dan Eksternal terhadap *impulse buying* pada supermarket islami. *Manajemen Business Journal*. 5 (1).
- Santoso,N,F. (2023). Pengaruh E-Design & E-Review Brand Roughneck 1991 Terhadap Online Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Commercium*. 6 (3)
- Saidani,Basrah., Lisa M,L., Shandy, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas website dan Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan Shopee. *Jurnal riset manajemen sains Indonesia*. 10 (2)
- Setiadi, Nugroho, J. (2020). Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen Edisi tiga. Prenads Media.
- Yahmini, Exnasiyah. (2019). Kecenderungan impulse buying pada mahasiswa ditinjau dari latar belakang keluarga. *Journal of research in business and economics*. 2 (1)
- Zimmerman Ian. What Motives impulse buying. <https://www-psychologytoday-com.translate.google.us/blog/sold/201207/what-motivates-impulse-buying? x tr sl=en& x tr tl=id& x tr hl=id& x tr pto=rq#:~:text=Personality%2C%20pleasure%2C%20and%20product%20connections,all%20lead%20to%20impulse%20buys.&text=Impulse%20buying%20is%20a%20common,the%20consequences%20of%20the%20buy>. Diakses pada 7 Desember 2023 Pukul 19.00
- <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/#geography>, Diakses pada 27 maret 2023 pkl 14.00
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> , Diakses 27 Maret 2023 pkl 18.30
- <https://marketing.co.id/survei-antusiasme-dan-perilaku-belanja-masyarakat-indonesia/> , Diakses 28 Maret 2023 Pkl 20.17.
- <https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat>

indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n/1 , Diakses 28
Maret 2023 Pkl 21.30