

DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, Farhad, Jalal Jasour, Mohsen Shirpour and Tohid Alizadeh. 2012. "Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors on Impulse Buying of Costumers and Condition of Interrelation between These Factor". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. Vol. 2. Issue 9. Page 9413 – 9419.
- Amos, Clinton, Gary R. Holmes, dan William C. Keneson. 2014. "A Meta-Analysis of Consumer Impulsive Buying". *Journal of Retailing and Consumer Service*. Vol 21. Issue 3. Page 86 – 97.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 15. No. 2. Hal. 203 – 210. Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Surakarta.
- Ayuningtiyas, Kartika dan Hendra Gunawan. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam". *Journal of Applied Business Administration*. Vol. 2. No. 1. Hal. 152-165. Politeknik Negeri Batam. Batam.
- Berlianto, Margaretha Pink. 2019. "Pengaruh *Utilitarian Value*, *Hedonic Value* Terhadap Kepuasan Dan *Unplanned Purchase* Di Toko Ritel Miniso". *Conference on Management and Behavioral Studies*. Universitas Tarumanagara. Jakarta. 23 Oktober 2019. Universitas Pelita Harapan. Tangerang. Banten.
- Cahyono, Krido Eko, Khuzaini dan Hermono Widiarto. 2016. "*Shopping Life Style* Memediasi Hubungan *Hedonic* dan *Utilitarian Value* Terhadap *Impulse Buying*". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 20. No. 2. Hal. 188 – 208. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Surabaya.
- Cahyono, Krido Eko. 2019. "Pengaruh *Hedonic Value* Dan *Utilitarian Value* Terhadap *Impulse Buying* Di Mediasi Oleh *Shopping Life Style* Pada Industri Kulit Sidoarjo". *Jurnal Balance*. Vol. 17. No. 2. Hal. 161 – 177. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Surabaya.
- Deviana, Ni Putu Siska dan I. Gst Ayu Kt. Giantari. 2016. "Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behaviour* Masyarakat Di Kota Denpasar". *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5. No. 8. Hal. 5246 – 5273. Universitas Udayana. Bali.

- Ghani, Usman, and Jan, F.A., 2011. An Exploratory Study of the Impulse Buying Behaviour of Urban Consumers in Peshawar. *International Conference on Business and Economics Research*, 1, pp: 157-159.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 23*. Cetakan Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2. Yrama Widya. Bandung.
- Gültekin, Beyza, & Leyla Özer. 2016. "The Influence Of Hedonic Motives And Browsing On Impulse Buying". *Journal of Economics and Behavioral Studies*. Vol. 4. Issue 2.
- Hidayat, Rahmat dan Inggit Kusni Tryanti. 2018. Pengaruh *Fashion Involvement* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa Politeknik Negeri Batam". *Journal of Applied Business Administration*. Vol. 2. No. 2. Hal. 174-180. Politeknik Negeri Batam. Batam.
- Kacen, J.J. and Lee, J.A. 2008. "The influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior". *Journal of Consumer Psychology*. Vol. 12. No. 2. Page 76 – 163.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Erlangga. Jakarta.
- Levy, M and Weitz, B. A. 2009. *Retailing Management*. Seventh Edition. Mc Graw Hill Pattipeilohy. V.R., Rofiaty.
- Maghfiroh, Alayya dan Sulis Riptiono. 2019. "Analisis Pengaruh *Variety Of Selection* Terhadap *E-Impulse Buying* Dengan *Web Browsing* Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kabupaten Kebumen)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. Hal. 25 – 38. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen. Kebumen.
- Nili, M., Delavari, D., Tavassoli, N., & Barati, R. 2013. "Impacts of Utilitarian and Hedonistic Values of Online Shopping on Preferences and Intentions of Consumers". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 3. Issue 5. Page 82–92.
- Park, Joo, Kim & Forney. 2006. "A structural Model of Fashion Oriented *Impulse Buying Behavior*". *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol. 10. Issue. 4. Page 433 – 446.
- Park, et al. 2012. "Apparel product attributes, web browsing, and e-impulse buying on shopping websites". *Journal of Business Research*. Vol. 65. Issue 11. Hal. 1583 – 1589. Diakses melalui Google Scholar.

- Ratnasari, Melani Dwi. 2019. "Pengaruh *Buying Impulsiveness* Terhadap *E-Impulsive Buying Behavior* Dengan *Hedonic Value* Dan *Utilitarian Value* Sebagai Variabel Pemeditasi". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Vol. 14. No. 1. Hal. 61 – 70. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Yogyakarta.
- Shaleha, Waode Maratun, Nisrina Hamid, Al Asy Ari Adnan Hakim. 2020. "Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Utilitarian Value*, dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada *Minnisou Lippo Plaza Kendari*". *Jurnal Bisnis dan Manajemen Pemasaran (JBMP)*. Vol. 6. No. 2. Universitas Muhammadiyah Kendari. Sulawesi Tenggara. Indonesia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke-23. CV. Alfabeta. Bandung.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Keempat. Cetakan ke 1. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Syafri, Hanifah dan Eri Besra. 2019. "Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Store Atmosphere* Dan *Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying* (Survey: Pada Konsumen Kosmetik Transmart Kota Padang)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol. 4. No. 4. Hal. 786-802. Universitas Andalas. Padang. Sumatera Barat.
- <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01302440/tokopedia-rajai-persaingan-e-commerce-indonesia-kuartal-iii-tahun-2018-431875>.
Tokopedia Rajai Persaingan E-commerce Indonesia Kuartal III Tahun 2018
- <https://bisnis.tempo.co/read/1087114/perkembangan-teknologi-e-commerce-bakal-tingkatkan-pdb>. *Perkembangan Teknologi E-commerce Bakal Tingkatkan PDB*
- <http://berinovasi.com/2017/12/11/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>.
Perkembangan E-Commerce di Indonesia
- <http://netjurnal.com/2016/08/kelebihan-dan-kekurangan-tokopedia-untuk-jualan-dan-belanja.html>. *Kelebihan dan Kekurangan Tokopedia Untuk Jualan dan Belanja*
- <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551132/ini-jumlah-pengguna-internet-indonesia-sepanjang-2018>. *Ini Jumlah Pengguna Internet Indonesia Sepanjang 2018*

<https://www.berwirausaha.net/2019/03/siapa-pemilik-dan-pendiri-blibli-ini-jawabannya.html/>. *Siapa Pemilik dan Pendiri Blibli, ini Jawabannya*

<https://www.blibli.com/page/news-events/blibli-com-raih-dua-penghargaan-untuk-layanan-pelanggan-di-ccsea-2019-customer-care-atau-layanan-konsumen-blibli-com-melalui-call-center-dan-email-center-mendapatkan-penghargaan-di-ajang-contact-c/>. *BLIBLI.COM Raih Dua Penghargaan untuk Layanan Pelanggan di CCSEA 2019.*

<https://www.blibli.com/page/news-events/blibli-com-meraih-penghargaan-indonesia-original-brand-iob-award-2019-kategori-online-mall/>. *Blibli.com Meraih Penghargaan Indonesia Original Brand (IOB) Award 2019 Kategori Online Mall.*

<https://www.blibli.com/page/press-release/blibli-com-sabet-delapan-penghargaan-untuk-layanan-pelanggan-terbaik/>. *Blibli.com Sabet Delapan Penghargaan untuk Layanan Penghargaan Terbaik.*