

DAFTAR PUSTAKA

- Belch, George and Belch, Michael. 2015. *Advertising and Promotion: An Integrate Marketing Communication Perspective*, New York: McGraw Hill
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(2), 159–185. file:///C:/Users/User/Downloads/Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia.pdf.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: BadanPenerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: BadanPenerbit UNDIP.
- Gutierrez, B. P. B. (2004). *Determinants of planned and impulse buying: the case of the Philippines*. *Asia Pacific Management Review*, 9(6), 1061-1078.
- Hidayat, Taufik. 2008. *PanduanMembuat Toko Online dengan OSCommerce*. Jakarta: Mediakita.
- Katadata. (2020). *Gencar Promosi, Shopee Raih 560 Juta Transaksi Selama Pandemi - E-commerce Katadata.co.id*. Diakses 11 Mei 2021 dari <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/5fd74b93666ae/gencar-promosi-shopee-raih-560-juta-transaksi-selama-pandemi>.
- Kurniawati, d & restuti, S. (2014). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying Pada Giant Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, VI(3), 25. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/2483>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Loudon, David and Della Bitz Albert(1998), “*Consumer behaviour 4th edition*”, New York : Mc Graw Hill
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern Acuan Wajib Mahasiswa & Profesional*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Statista.com (2021). • *Indonesia: top 10 e-commerce sites by monthly traffic2020 / Statista*. In *Statista.com*. Diakses 10 Mei 2021 dari <https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-10-e-commerce-sites/>.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.

Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.457>.