

DAFTAR PUSTAKA

- 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020. (2021, Februari 2). Diambil kembali dari Databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alfiani, S. R. (2019). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Tuneeca (Studi Kasus di Jameela Muslim Ponorogo). *Skripsi*.
- Catriana, E. (2021, Februari 24). *5 E-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia*. Diambil kembali dari Kompas.com:
<https://money.kompas.com/read/2021/02/24/072440626/5-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia?page=all>
- Dian Ruhanak, M., & Husniati Sya'idah, E. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi pada pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*.
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee.
- Hadi, S. (2004). *Methodology Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta.
- Handayanto, E., & Widayat. (2019). Pengaruh Hedonic Consumption Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Melalui Emosi Positif (Studi Pada Konsumen Flash Sale Marketplace Shopee di Kota Malang).
- Jodi, I. W., & Adhika, I. N. (2019). Pengaruh Promosi dengan Celebrity Endorse terhadap Brand Trust dan Minat Beli Konsumen pada Bidang Usaha Online Shop Pakaian Perempuan di Denpasar. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 27.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Terj. Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta: Kencana.
- Pane, D. (2016). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Topjer. *Jurnal Akuntansi, Ekonom dan Manajemen Bisnis*, 2.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan SEA.

- Prasetya, K. H. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Empiris pada Mahasiswa UMMagelang).
- Riset Snapchart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja.* (2020, Juli 4). Diambil kembali dari Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>
- Rohman, F. (t.thn.). Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yanto, H. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Pada Toko Zoya Palembang. *Skripsi*.