

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baum, D. (1999). *E-Commerce*. New Jersey: Oracle Corp.
- Baumeister, R. F. (2002). *Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior*. *The Journal of Consumer Research*, 28(4).
- Beatty, Sharon E., dan Ferrell, M. Elizabeth. (1998). *Impulse Buying: Modelling i'ts Precursors*. *Journal of Retailing* 74.
- Eka Dian Aprilia & Ryan Mahfudzi. (2020). *Gaya Hidup Hedonisme dan Impulse Buying pada Mahasiswa*. 10.20527/ecopsy.v7i2.7390.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert. (2008). *Business*, Edisi Indonesia. Bandung: Erlangga, 97.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). *E-Commerce merupakan satu set teknologi informasi dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi perdagangan secara elektronik (Vol. 15)*. Lampung: Jurnal AKTUAL.
- Katz, E, Blumer, & E, Katz (Eds). (1974). *The Uses of Mass Communication : Perspectives On Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage.
- Khairunnisa, S. A., & Rahman, M. C. (2022). *Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping Dan Sistem Pay Later Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Vol. 6)*. Batam: Fondatia.
- Kothari. (2004). *Research Methodology. Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International (P), Ltd.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing. In The Economic Journal (Vol. 38)*. PEARSON Prentice Hal.
- Leavy, P. (2007). *Reseacrh Design Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. The Guilford Press.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore: Mc. Grow-Hill, Inc.

- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima Fokus pada Organisasi Publik dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rook, Dennis W. Dan Fisher, Robert J. (1995). *Normative Influence on Impulse Buying Behavior (Vol. 22 (3))*. Journal of Consumer Research.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. . Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Trianto. (2015). *Model Pembelajaran Terpadu*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*. 2, 144-154.

Wardah, N. A., & Harti. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee. (Vol. 4)*. Sulawesi Barat: Ecobisma.