

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. www.freepik.com
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- FKIP UNPAS. (2024). *Panduan penulisan proposal dan skripsi mahasiswa*. <https://www.fkip.unpas.ac.id>
- Hafni Sahir, S. (n.d.). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Ria Kumara, A. (2018). *Buku Ajar Penelitian Kualitatif Agus Ria Kumara*.
- Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. Dalam *Syafrida Hafni Sahir* (hal. 1). medan: KBM Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Zainuddin, I., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif*.

Jurnal :

- Achadia, Z. (2017). Pengaruh tenaga endorsement terhadap minat beli konsumen pada situs belanja online Tokopedia: Studi kasus pada konsumen di Kota Malang.
- Agustina, S., & Anasrulloh, M. (n.d.). *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN DISKON TERHADAP IMPULSIVE BUYING MELALUI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI*. <http://journal.unuha.ac.id/index.php/utility>
- Ajami, N., Ki, J., Dewantara, H., Kampus, A., Timur, M., & Metro, K. (n.d.). *POPULASI DAN SAMPEL*.
- Ardani, W. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*.

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TINGKATPARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG*.
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). GAYA HIDUP HEDONISME DAN IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA. *Jurnal Ecopsy*, 7(2).
<https://doi.org/10.20527/ecopsy.v7i2.7390>
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (n.d.). *Vol 6 No 1 2022 Halaman 34-44 Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (n.d.). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*. 6(3), 2022.
- Baladini, N., Syarieff, N., & Gunaedi, J. (2021). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF (STUDI KASUS PENGGUNA GOPAY DI KOTA BEKASI)* (Vol. 2).
- Bodor, D., Tomić, A., Ricijaš, N., Zoričić, Z., & Filipčić, I. (2016). Impulzivnost kod ovisnosti o alkoholu i patološkog kockanja. *Alcoholism and Psychiatry Research*, 52(2), 149–158. <https://doi.org/10.20471/apr.2016.52.02.05>
- Dunakhri, S. (2020). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR “Diseminasi Hasil Penelitian melalui Optimalisasi Sinta dan Hak Kekayaan Intelektual” Uji Reliabilitas dan Normalitas Instrumen Kajian Literasi Keuangan*.
- Eka Hartati, Q., Khoiril Mala, I., & Author, C. (2024). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI INDONESIA*. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 4(2), 2621–119.
- Erdiansyah, A., & Yusuf, R. (2023). *PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAAN PADA RESTORAN SHUKAKU DI KOTA GARUT*.

- Fadillah, A., Saenan, D., & Muchtasib, A. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH DALAM BERBELANJA ONLINE DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. , 7. <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2834>.
- Fauziyah, A. (2023). *INSTRUMEN TES DAN NON TES PADA PENELITIAN*.
- Hamdani, N. A., Muladi, R., Abdul, G., & Maulani, F. (2022). *Digital marketing Impact on Consumer Decision-Making Process*.
- Harizahayu, H., Hermanto, K., & Ratna Yuniarti, R. (2023). Analisis Viral Marketing Pada Online Customer Terhadap Minat Pembelian Melalui Tiktok Shop Dengan Regresi Linier Sederhana. *Jurnal Sains Matematika Dan Statistika*, 9(2), 31. <https://doi.org/10.24014/jsms.v9i2.20652>
- Helen Permatasari, D., Fitriana, S., PGRI Semarang, U., & Negeri, S. (2024). Tingkat Penyesuaian Diri Siswa di SMK Negeri 2 Semarang. In *JUANG: Jurnal Wahana Konseling* (Vol. 7, Issue 2).
- Herdayati, & Syahrial. (2019). *DESAIN PENELITIAN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN*.
- Katadata Insight Center. (2024, Februari 6). 5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi/telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Kaur, J., Mogaji, E., Paliwal, M., Jha, S., Agarwal, S., & Mogaji, S. A. (2024). Consumer behavior in the metaverse. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(4), 1720–1738. <https://doi.org/10.1002/cb.2298>
- Khairunnisa, C. M. (n.d.). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Machado, C., & Davim, P. (n.d.). 2016 2 *Understanding Digital marketing Basics and Actions*.
- Maidiana. (2021). *Penelitian Survey*. <http://lppppublishing.com/index.php/alacrity>

- Mar'atush Sholihah, S., Yoga Aditiya, N., Saphira Evani, E., Maghfiroh, S., & Soedirman, U. J. (2023). *KONSEP UJI ASUMSI KLASIK PADA REGRESI LINIER BERGANDA*.
- Mertaningrum, N. L. P. E., Giantari, I. G. A. K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. (2023). *Perilaku Belanja Impulsif Secara Online*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 605–616. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.70463>
- Megarezky, U., Antang Raya, J., Manggala, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). *Economic and Business Management International*. 6(2), 2715–3681. <https://doi.org/10.556442>
- Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (2021). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif I TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF*.
- Mulyana, M. (2018). PENGARUH WEB QUALITY DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ONLINE SHOP BUKALAPAK : Survey Pada mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017. .
- Nurdin Hasibuan, A., Rambe Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Melalui Perspektif Gender, D., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2020). *PERILAKU KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE MELALUI PERSPEKTIF GENDER I Ahmad Nurdin Hasibuan 2 Delila Rambe*.
- Nurul, A. (2021). *strategi pemasaran produksi kerajinan manik manik*. <https://etd.uinsyahada.ac.id/6791/>
- Piarna, R. (2020). TINGKAT NIAT BELANJA ONLINE MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SUBANG. *Jurnal Ilmiah Ilmu dan Teknologi Rekayasa*. <https://doi.org/10.31962/JIITR.V3I1.64>.
- Pramiarsih, E. E. (2024). CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA. *INTERNATIONAL JOURNAL OF FINANCIAL ECONOMICS (IJEFE)*, 1(3), 662–674.
- Prasastiningtyas, T. R. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER Djawoto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

- Putri, puspitasari,handayani, & wahyuningsih, tri harsini. (2022). *pengaruh pemasaran digital terhadap citra produk*.
- Ratna, W. (2016). *ANALISIS KORELASI PEARSON DALAM MENENTUKAN HUBUNGAN ANTARA KEJADIAN DEMAM BERDARAH DENGUE DENGAN KEPADATAN PENDUDUK DI KOTA SURABAYA PADA TAHUN 2012 -2014*.
- Razie, M., Abubakar, R., & Bachri, N. (n.d.). *PEMASARAN DIGITAL DAN KINERJA UMKM: DAPATKAH INOVASI PRODUK MENJADI VARIABEL MEDIASI?* (Vol. 7, Issue 2). <http://ojs.unimal.ac.id/index.php/jmind>
- Rehatalanit, Y. L. R. (n.d.). *PERAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS*.
- Retnowati, N. (2017). Pengaruh E-Wom (Electronic Word of Mouth) pada Situs social Commerce terhadap Niat Beli Generasi X,Y dan Z. .
- REPORTER, S. (2024, Mei). Pasar e-commerce Indonesia akan tumbuh sebesar 15,5% pada 2024. <https://retailasia.com/indonesian/news/pasar-e-commerce-indonesia-akan-tumbuh-sebesar-155-pada-2024> , hal. 1.
- Riswanda, J. (2018). *Pengembangan soal berbasis Higher Order Thinking Skill (HOTS) serta implementasinya di SMA Negeri 8 Palembang*. DIKBIO, 2, 49–58.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (n.d.). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM KAWAII COKLAT)*.
- Salwanisa, E. A., & Wikartika, I. (2023). *Digital marketing analysis on the consumer decision-making process of millennials and Gen Z generation groups on the TikTok application*. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(2), 112. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i2.17374>
- Saputri, M. E. (n.d.). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA ZALORA INDONESIA*

THE EFFECT OF CONSUMER BEHAVIOR TOWARD THE ONLINE PURCHASE OF FASHION PRODUCT OF ZALORA INDONESIA.

- Semuel, H. (2006). *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi* Hatane Semuel. <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MANz>
- Senja, N. W., Okky Lesmana, D., & Swadaya Gunung Jati Cirebon, U. (2017). PENGARUH KONDISI EKONOMI KELUARGA TERHADAP MOTIVASI BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN EKONOMI DI KELAS XI IPS SMA NEGERI KOTA CIREBON. In *Jurnal Edueksos: Vol. VI* (Issue 1).
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Yulius Caesar, L. A., Octavia, A., Indrajaya, B. L., Endraswari, J. I., & Yulia, N. (n.d.). *Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. <https://doi.org/10.38035/jimt.v5i3>
- Shopify Staff. (2024, December 19). *8 Types of Online Shoppers and How To Engage Them*. Shopify. Diakses dari <https://www.shopify.com/blog/types-of-online-shoppers>
- Sigar, E. T., Massie, J. D. D., Pandowo, M. H. C., Sigar, E. T., Massie, J. D. D., & Pandowo, M. H. C. (2021). *ISSN THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOR AND DIGITAL MARKETING ON PURCHASE DECISION AT GRABFOOD IN MANADO* (Vol. 9, Issue 4).
- Syafranita Nova, Asnawi Muhammad, & Firah Al. (2022). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA CV. SYABANI DI PUSATPASARMEDAN*. 7,33. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubischo/article/viewFile/3348/2210>
- UNISMA, O. (2024, JUNI). *Mengapa Memahami Perilaku Konsumen Penting Bagi Bisnis Anda?* Diambil kembali dari <https://opini.unisma.ac.id/mengapa-memahami-perilaku-konsumen-penting->

[bagi-bisnis-
anda/#:~:text=Memahami%20perilaku%20konsumen%20merupakan%20aspek,penjualan%2C%20dan%20membangun%20loyalitas%20merek.](#)

Widianti Dharma, putri ni. (2021). *ANALISIS STRATEGI MARKETING E-COMMERCE YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN* BAB II.

Widyaiswara BPSDM Propinsi Maluku Utara, N. (2022). IMPLEMENTASI PERSONAL BRANDING SMART ASN PERWUJUDAN BANGGA MELAYANI DI PROVINSI MALUKU UTARA. In *Jurnal Riset Ilmiah* (Vol. 1, Issue 2).

Wijaya, E. R.-E., & Oktariana, Y. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPULSE BUYING PADA HODSHOP BENGKULU*.

Zahra Syahputri, A., della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>

Zuhairi Zainuddin, A., Nulhakim, L., Sulaiman, B., Fadzil, M., Malek, B., Qusyairi, M., Zamri, B., & Ibrahim, N. (2023). The Influence of *Digital marketing* on Consumer Behavior in the Context of Online Shopping in the Klang Valley, Malaysia. In *Information Management and Business Review* (Vol. 15, Issue 3).