

## DAFTAR PUSTAKA

- Aina Kemala Dewi and Indira Rachmawati (2020). Pengaruh *Website Quality* Terhadap *Impluse Buying* Dengan Dimensi *Shopping Value* Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen *E-commerce* Shopee). *JMM Online* Vol. 4 No. 9, 1276-1286.
- Amstrong, Kotler. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Erlangga. Jakarta. 2001.
- Arikunto, Suharmi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Asdi Mahasatya. Jakarta. 2006.
- Ariani, Wahyu. *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu. Yogyakarta. 2009.
- Arfianda Pratama Putra and Muhammad Adam (2020). Pengaruh Shopping  
Enjoyment Terhadap *Impulse Buying* Dengan Product Browsing Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Shopee Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Syiah Kuala Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 5, No. 1, 52-61.
- Awisal Fasyni et.al. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Online Impuls Buying*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, Vol. 10, No. 2, 175-190.
- Bintoro Bagus Purmono and Ramadania (2021). *The Effect of Hedonic Shopping Value on the Impulse Buying of Fashion Products of Generation Z*. *Journal of Research in Business, Economics and Management* Vol 16.
- Fendy Cuandra (2023). *The Effect of Paylater Payment Method Used in Online Impulsive Buying in Batam City*. *Journal of Management & Business*, 5(1).
- Hariwijaya. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Tesis*. Penerbit Oryza. Jakarta. 2011.
- Handoko, Hani. *Manajemen Personalia Dan Sumberdaya Manusia*. BPFE. Yogyakarta. 2006.
- Hani Nurliyani. *Buku Seri Praktikum E-commerce*. Laboratorium Manajemen Menengah Litbang. 2015.
- Husein, Umar *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta. 2003.

- Igbaria, M., A. Chakrabarti. Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use. *Behaviour Inform. Tech.* 9(3) 229–241. 1990.
- Imam Munanda (2023). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Shopee Melalui *Hedonic Shopping Motivation* dan *Utilitarian Value Sebagai Intervening* (Survey pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, Vol. 6 No. 1, hal. 1-13.
- Jogiyanto, H.M. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Andi. Yogyakarta. 2007.
- Kanuk, L. L. *Perilaku Konsumen* Edisi 7. Jakarta : Indeks. 2008.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Dua, Indeks, Jakarta. 2008.
- Lupiyoadi, Rambat.. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta. 2001.
- Maman, Abdurahman. *Dasar-dasar Metode Statistik Untuk Peneliti*. Penerbit CV Pustaka Setia. Bandung. 2011.
- Mangkunegara Anwar Prabu. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*, Penerbit Aditama. Bandung. 2005.
- Mathieson, K. Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research*, 2: 173-191. 1991.
- Mohammad Reza Karimi Alavijeh et.al (2018). *The Effect of Atmosphere and Layout Design of Online Stores on Online Impulse Buying Behavior of Customers*. *Asian Journal of Research in Marketing*, Vol. 7, No.2, pp. 1-14.
- Nasution. *Metode Research*. Bumi Aksara. Jakarta. 2000.
- Peter. J. Paul C. Olson, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi keempat, cetakan pertama, penerbit : Erlangga, Jakarta. 1999.
- Priyanto, Duwi. *Buku Saku Analisis Statistik Data*, Yogyakarta : Penerbit MediaKom. 2011.
- Prasetyo, Ristiyanti dan Ihalauw John, *Perilaku Konsumen*, edisi pertama, Andi, Yogyakarta. 2005

- Purbayu, Ashari. *Analisis statistic dengan Microsoft exel dan SPSS*. Andi Offset. Yogyakarta. 2005.
- Rahmatika Sari (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 7, No. 1.
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*, Edisi 7, Bandung :Penerbit Alfabeta. 2010.
- Schneider, B. and Bowen, D.E. *Wining the Service Game*, Harvard Business School Press,Boston, MA. 1995.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung. 2001.Sujana. *Metode Statistika*.Tarsito Bandung. Bandung. 2005.
- Suliyanto. *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta. 2011.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta. 2003.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa PerilakuKonsumen*, edisi kedua, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta. 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. ANDI. Yogyakarta. 2007.
- Yazid. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua. Sleman, EKONISIA, Yogyakarta: 2003.
- Yeyen Pratika et.al. (2020). *Analysis of Paylater Payment System on Online Shopping in Indonesia. Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* Vol. 23 No. 3, pages 329 – 339.
- Zeithaml, Valerie, Bitner M. J., Gremler, Dwayne. *Service Marketing*. McGraw-Hill International Edition, Singapore. 2000.
- Zuhdan Ady Fataron (2019). *Online Impulse Buying Behaviour: Case Study On Users Of Tokopedia. Journal of Digital Marketing And Halal Industry*Vol. I, No. I, 47-60.