

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, Deni dan Saputra, A. Y., (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI* Vol. 1 No. 2. Lubuklinggau: STMIK Bina Nusantara Jaya.
- Amanda, M. L. (2016). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN KAPAL LAUT (KM.KELUD) PT. PELAYARAN NASIONAL INDONESIA (PELNI) CABANG MEDAN.*
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 183–192. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Aprilawati, A. P. (2017). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Online Pada Mahasiswa* (Vol. 6).
- Arisandy, & Hurriyati. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying pada Mahasiswi Fakultas Psikologi di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang yang Melakukan Belanja Online. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan PKM Kesehatan*, 3(1), 31–39.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi UMKM Di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis*, April. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Astriningati, M., & Wijaksana, T. I. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Lazada.Co.ID* 15 (2).
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Dewi, N. C. (2020). *Shopping Lifestyle Dan Online Store Beliefs Di E-Commerce Shopee Indonesia*. 1–9.
- Fatha, N. (2020). *Pengaruh Social Media Instagram Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Raga)*.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Harahap, J. Y. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Ketergantungan Internet Di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 3(2), 131. <https://doi.org/10.22373/je.v3i2.3091>
- IKA, N., FITRIYAH, Z., & DEWI, N. C. (2020). Impluse Buying Di E-Commerce Shopee. *Sasanti Institute*, 1, 6.
- Khaulah, N., Jais, A., & Syahrudin. (2017). *Pengaruh online store beliefs terhadap impulse buying konsumen secara online pada duiphijab store di tenggarong*. 17(1), 105–109.

- <http://ejurnal.unikarta.ac.id/index.php/jemi/article/view/432/pdf>
- Lolita, D., & Dewi, C. K. (2015). *Pengaruh Online Store Beliefs melalui Browsing terhadap Impulse Buying pada Toko Online (Studi pada Lazada. CO.ID)*. 2(1), 643–648.
- Mardhiah, Y. (2018). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Online Store Beliefs Dan Sales Promotion Terhadap Impluse Buying Produk Clothing (Pakaian) Melalui Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang*.
- Munazzah, Z. (2016). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. In *Bulletin of the Seismological Society of America* (Vol. 106, Issue 1). <http://www.bssaonline.org/content/95/6/2373%5Cnhttp://www.bssaonline.org/content/95/6/2373.short%0Ahttp://www.bssaonline.org/cgi/doi/10.1785/0120110286%0Ahttp://gji.oxfordjournals.org/cgi/doi/10.1093/gji/ggv142%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/s00024-01>
- Muzaki, A. (2019). *DAMPAK KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN LUMAJANG)*.
- Novitasari, D. (2021). Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Pendaftaran Jaminan Fidusia Secara Online. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue September 2018).
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.24912/jmie.v3i1.3300>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Belanja Online Pada karyawan Department Store*. 2(7), 1177–1187.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19994>
- Putri, E. M. (2019). *Pengaruh Regulasi Emosi, Adiksi Internet Dan Susceptibility To Interpersonal Influence Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Remaja*.
- Ramziya, Adnans, A. A., & Ginting, E. D. J. (2020). The Influence of Brand Images on Impulsif Buying Behavior in Shopping Consumers in Zalora's Online Stores. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 20(2), 436–441. <http://ijpsat.ijsht-journals.org>
- Respati, R. (2019). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif(Impulsive Buying) Pada Remaja Putri Akhir Yang Melakukan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Surabaya*. 49(2012), 1–20.
- Tanjung, G. (2020). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Program Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Tarwiyanti, E. A. (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN (TRUST) PADA TOKO*

ONLINE (ONLINESHOP) TERHADAP INTENSI MEMBELI PRODUK.

Wulan, W. N. N. S. R. (2019). *Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee*. 6(1), 54–71. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>

Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

Zou, T. (2018). *Online Impulse Buying Behavior Amongst Undergraduate Students in Tianjin, The People's Republic of China*.

WEB :

www.shopee.co.id

www.finance.detik.com

www.apjii.or.id

www.cnnindonesia.com

www.databoks.katadata.co.id

www.id.techinasia.com

www.indotelko.com

www.jurnal.id

www.katadata.co.id

www.statista.com

www.xendit.co.id