DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Daryanto. 2016. *Teori Komunikasi.* Yogyakarta: Gava Media

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi.* Bandung: PT. Citra Adtya Bakti

Evans, W. D. 2008. *Social Marketing Campaigns and Children's Media Use, The Future of Children* 181-203

Kriyantono, Rachmat, 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana (Prenada Media Group)

Lievrouw, Leah A. & Sonia Livingstone. (2006) .*Handbook od New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs.* London: Sage Publications

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009 .*Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) edisi 9.*Jakarta: Salemba Humanika.

Q-Anees, Elvinaro. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi.* Bandung: Rekatama Media

Mufid, Muhamad. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi.* Jakarta: Kencana

Mulyana, Deddy, 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

McQuail, Denis. (2010) . *Teori Komunikasi Massa.*Jakarta: Salemba Humanika

Nasrullah, Dr. Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Peter, Paul, Jerry Olson. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta Erlangga.

Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Satori, Komariah. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta

Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis*). Yogyakarta:

CV Andi Offset

Schiffman, Leon, G.,Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior: Seventh Edition.* Prentice-Hall:New Jersey

Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen).* Jakarta: Kencana

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.* Bandung: Alfabeta

Solis, Brian. (2010) .*Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in The New Web.* New Jersey: John Wiley& Sons, Inc.

Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indonesia

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen). Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service

Yuniarti, Sri. 2015. Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik. Bandung : Pustaka Setia

MAJALAH

Majalah Business Horizons 2010 halaman 68-69

SKRIPSI

Sulistiyono. 2015. *Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilisan Fisik VINYL Di Yogyakarta.* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Ilmalana. 2012. A*nalisis Motivasi Konsumen Online Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Transaksi C2C Commerce (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus).* Jakarta: Universitas Indonesia

Rohma, Fitriatur. 2013. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam memutuskan Membeli Helk Merk KYT Pada Masyarakat Sumbersari Jember (Studi Di kecamatan Sumbersari Jember).* Jember: Universitas Jember

JURNAL

Yunuati, Tri. 2016. *Pengaruh Atribut Produk, Motif Hedonic Dan Motif Utilitarian Terhadap Keputusan Pembelian*. Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia(STIESIA)

Puspita,Eldora. 2016. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan *Vans Store* Surabaya. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia(STIESIA)

Dewantara, Caesar. 2015. *Analisis Dampak Pengaruh Situs bukalapak.com Terhadap Perilaku Pembelian Pada Komunitas Samarinda Photograper*. Samarinda: Universitas Mulawarman

Mulyono, Fransisca. 2013. *Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif.* Bandung: Universitas Katolik Parahyangan

Astuti, Endang. 2013. *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda.* Samarinda: Universitas Mulawarman

Sangvikar, Katole. 2012. *A Study Of Consumer Purchase Behavior In Organized Retail Outlets.* Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)

Mohan, Sivakumaran, Shamrma. 2013. *Impact Of Store Environtment On Impulse Buying Behavior*

Hadi, Ido. 2014. P*enelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis*. Surabaya: Universitas Kristen Petra

INTERNET

http://www.apjii.or.id/survei2016 (Diakses pada 4 November 2016 pukul 19.19)

http://www.internetworldstats.com/stats3.htm (Diakses pada 4 November 2016 pukul 19.29)

https://dailysocial.id/post/idea-e-commerce-indonesia-2016 (Diakses pada 4 November pukul 19.30)

http://www.beritasatu.com/bank-dan-pembiayaan/169857-nasabah-paling-suka-bertransaksi-lewat-mobile-banking.html (Diakses pada 6 November 2016 pukul 17.18)

http://www.marsindonesia.com/products/business-reports/perilaku-belanja-konsumen-indonesia-2015 (Diakses pada 6 November 2017 pukul 17.30)
https://m.tempo.co/read/news/2011/06/21/090342265/pembelanja-indonesia-makin-impulsif (Diakses pada 6 November 2017 pukul 17.35)
http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html (Diakses pada 6 November 2017 pukul 17.35)
http://www.konde.co/2016/05/siapa-yang-lebih-banyak-menggunakan.html (Diakses pada 6 November pukul 17.40)
*http://psychology.binus.ac.id/2015/09/08/pengaruh-motivasi-belanja-hedonis-terhadap-perilaku-konsumtif-pada-remaja-putri-di-jakar*ta/ (Diakses pada 5 Juni 2017 pukul 13.03)
http://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/teori-perilaku-konsumen (Diakses pada 5 Juni 2017 pukul 13.35)
https://swa.co.id/swa/my-article/hedonic-utilitarian-value-kombinasi-motivasi-konsumen-pada-grocery-shopping (Diakses pada 5 Juni 2017 pukul 14.15)