

DAFTAR PUSTAKA

- Abir, S. (2014). *The Role of Sales Promotion in inducing Impulse Purchases*. Faculty of Economics and Management of Tunis, URAM Research Unit).
- Agung, Peggy. (2015). Pengaruh *In Store Promotion* terhadap *Impulse Buying* pada Carrefour Kota Bandung. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Bandung.
- Ahmad M, Zamil. (2016). *The Impact of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying behavior with References to Retail Stores in Tirupati, Andhrapradesh*. *International Journal Of Core Engineering & Management (IJCEM)* Volume 3, Issue 1, India.
- Anant, Anshul. (2014). *Intrinsic factors affecting impulsive buying behaviour— Evidence from India*. Birla Institute of Management Technology, Knowledge Park III, Greater Noida, India b S. P. Jain Institute of Management and Research, Mumbai, India.
- APJII. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Diperoleh tanggal 09 September 2018, dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” , England : Pearson Education, Inc
- Arnika Ayu, S. (2017). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement*, dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* (Studi pada konsumen Fashion beberapa Mall di Bandar Lampung). Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Assauri Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Belch, G., & Belch, M. (2013). *Advertising and Promotion; an Integrated Marketing Communication Perspective*, Ninth Edition. New York: New York: McGraw Hill.
- Clow, K. E., & Baack, D. E. (2013). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*. Prentice Hall PTR.
- Dailysocial.id, 2016. Nilai Pasar E-commerce Indonesia Diprediksi Capai \$25 Miliar di Tahun 2016 (Akses: 11 September 2018)
- Devid Ulva, S. (2017) Pengaruh *Price Discount, Sales Promotion*, dan *In store Display* terhadap *Impulse Buying* pada PT Matahari Departement Store Tbk

- Panakkukang Makassar. Skripsi mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Diah, S. (2016). Pengaruh *Sales Promotion*, *Website Quality*, dan *Green Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen *The Body Shop* (Studi Kasus di Jakarta dan Tangerang Selatan). Skripsi mahasiswa Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Erni, Citra. (2015). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Pada *Toko Online* (studi pada *Berrybenka.com*). Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Bandung Vol.2, No. 1 April.
- Eva Martha, SWA, (2016). Jason Lamuda Melejitkan *Berrybenka*. (Akses: 17 September 2018)
- Fatiha, R. (2018). Pengaruh *website quality* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* dengan kepribadian terbuka sebagai variabel moderasi (Studi pada konsumen *Shopee Indonesia*). Manajemen Akuntansi dan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jendral Soedirman.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gonyeng Publishing.
- Tribun-Medan.com. PROMO! Beli Dua Item Dapat Diskon 15 Persen di *Berrybenka*. Tersedia: <http://medan.tribunnews.com/2018/03/20/promo-beli-dua-item-dapat-diskon-15-persen-di-berrybenka> (diakses pada 5 September 2018)
- Berrybenka*. Tersedia: <https://berrybenka.com/> (diakses pada 5 September 2018)
- Industri-Kontan.co.id. Ini alasan *Berrybenka* merambah gerai ritel. Tersedia: <https://industri.kontan.co.id/news/ini-alasan-berrybenka-merambah-gerai-ritel> (diakses pada 5 September 2018)
- Lifestyle.kompas.com. Ini Alasan Perempuan Suka Belanja "Online". Tersedia: <https://lifestyle.kompas.com/read/2012/07/10/1724073/Ini.Alasan.Perempuan.Suka.Belanja.Online> (diakses pada 5 September 2018)
- Lifestyle.kompas.com. 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita. Tersedia: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita> (diakses pada 5 September 2018)
- Kaskus.co.id. Kenapa Harus Belanja Online. Tersedia: <https://www.kaskus.co.id/thread/56321c441cbfaab4028b4567/revie>

[w-berrybenkacom-tempat-belanja-online-yang-bikin-agan-jadi-keren/](#)

(diakses pada 5 September 2018)

- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Bandung: PT Refika Aditama
- J. Paul Peter, James H. Donnelly, Jr. (2013). Marketing Management Knowledge and Skills, 11th Edition.
- Keller, K., & Amstrong, G. (2014). Principle of Marketing. USA: Person Prentice Hall.
- Khan, U., Hui, P., Khan, M. K., Hasyim, M., & Rasheed, S. (2016). Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behavior: Moderating Effects of Demographic Variables. International Journal of u-and e-Service Science, Techno, Vol.9, No. 7 pp.43-60. China.
- Kominfo, 2014. Pengguna Internet berdasarkan Kota di Indonesia. (Akses: 11 September 2018)
- Kotler, Bowen & Makens. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism, 7th Edition.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). Marketing Management. USA: Pearson Education Limited.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- Rivie, C.T. (2015). Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *In Store Display* Terhadap *Impulse Buying Decision* di Hypermart Kairagi Manado. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol 3, no 3.
- Rofidi, M. A. (2017). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Impulse Buying Pada Toko Bangunan UD Aryan Kecamatan Pleman Kabupaten Kediri. Simki-Economic, Vol.1 No.03.
- S. Barnes and R. Vidgen, "Interactive E-Government: Evaluating the Web Site of the UK Inland Revenue," Journal of Electronic Commerce in Organizations, p. 22, 2013.
- Shelomita, S, Y. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Lingkungan Dan Daya Tarik Konten Terhadap *Impulse Buying* Pada Website OLX Melalui Perilaku Hedonik. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.
- Soham Adwani, TechinAsia, (2015). 9 Situs E-commerce Fashion Terbaik di Indonesia. (Akses: 15 September 2018)

- Sri, W. (2014). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang. Seminar Nasional & *Cal For Paper*, FEB Unikama “Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global” Malang.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta
- Surya, Anandya, & Honantha, (2014). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Online Shopping Decision Zalora Online Store Indonesia.
- Umair, M, Shahid. (2016). *Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables*. *International Journal of u- and e-Service, Science, and Techno* Vol.9, No. 7 pp.43-60. China.
- Utami, B. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Perantara
- Yin, Jin. (2014). *Effect of Price Discounts and Bonus Packs on Online Impulse Buying Social and personality; An International. Journal*, 42, 1293, 1302. China.
- Yoga Hastyadi Widiartanto, Kompas.com, (2017). Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. (Akses: 10 September 2018)
- Yonita, M. (2016). Pengaruh *Website Quality*, *Electronic Word of Mouth*, dan *Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying* pada Zalora. *Jurnal mahasiswa Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra*.