

Daftar Pustaka

- Agung, A. L. (2021). *Visi Bisnis Gojek dan Tokopedia, Visi Anda Apa?* Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/04/17/160856826/visi-bisnis-gojek-dan-tokopedia-visi-anda-apa?page=all>
- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Tanveer, Y., Mehmood, K., & Ahmad, W. (2017). How website quality affects online impulse buying: Moderating effects of sales promotion and credit card use. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic*, 30(1), 235–256. <https://doi.org/10.1108/APJML-04-2017-0073>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Aswan, D. T. (2019). *Tokopedia Jadi Aplikasi Terbaik Android dan iOS, Ini Sejarah dan Pendirinya*. Makassartribunnews.Com. <https://makassar.tribunnews.com/2019/02/17/tribunwiki-tokopedia-jadi-aplikasi-terbaik-android-dan-ios-ini-sejarah-dan-pendirinya?page=all>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen* (6th ed.). Binarupa Aksara.
- Fasyni, A., Budiarti, A. P., & Lasmini, R. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Impuls Buying. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 10(2), 175–190. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JJ/article/download/47796/pdf>
- Fransisca, L. (2021). *Tokopedia Jadi eCommerce dengan Kunjungan Tertinggi di Indonesia pada Q2 2021*. Goodnewsfromindonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/23/tokopedia-jadi-ecommerce-dengan-kunjungan-tertinggi-pada-q2-2021>
- Haryanto, A. T. (2021). *Pengguna Internet di Indonesia*. Inetdetik.Com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Hasibuan, L. (2018). *Ini Dia Pekerjaan yang Bisa Jadi Pilihan Profesi Milenial*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20180507172215-25-13996/ini-dia-pekerjaan-yang-bisa-jadi-pilihan-profesi-milenial>
- Inetdetik.com. (2018). *Jumlah Kekayaan Pendiri Tokopedia Terungkap*. Inetdetik.Com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4132870/jumlah-kekayaan-pendiri-tokopedia-terungkap>
- Ipriceinsights. (2021). *The Map of E-commerce in Indonesia*. Iprice.Com. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Jayani, D. H. (2019). *Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar*. Katadata.Co.Id.
- JP, S. (2021). *Infografis Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020*.

- Kompaspedia.Com. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/peta-tematik/pengguna-internet-di-indonesia>
- Kompas. (2021). *Jabar Jadi Provinsi dengan Transaksi E-commerce Terbesar di Indonesia*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/11/24/161719626/jabar-jadi-provinsi-dengan-transaksi-e-commerce-terbesar-di-indonesia?page=all>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Laras, G. (2020). *Simak! Ini 3 Penyebab Impulsive Buying saat Belanja Online*. Urbanasia.Com. <https://www.urbanasia.com/simak-ini-3-penyebab-impulsive-buying-saat-belanja-online-U22487>
- News, U. (2020). *Belanja Online Secara Mobile Bisa Membuat Impulsif Buying*. <https://news.unair.ac.id/2020/06/16/belanja-online-secara-mobile-bisa-membuat-impulsif-buying/?lang=id>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugroho, A. (2021). *Pengertian E Commerce, Contoh, Jenis & Perkembangannya*. Qwords.Com. <https://qwords.com/blog/pengertian-e-commerce/>
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis. https://www.researchgate.net/publication/353767732_Metode_Penelitian_Ekonomi
- Rizaty, M. A. (2021). *Transaksi E-Commerce Indonesia Diproyeksikan Capai Rp 403 Triliun pada 2021*. Databoks.Com. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/transaksi-e-commerce-indonesia-diproyeksikan-capai-rp-403-triliun-pada-2021>
- Schlatter, T., & Levinson, D. (2013). *Visual Usability : Principles and Practices for Designing Digital Applications*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method For Business: A Skill-Building Approach 17th Edition*. Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being* (12nd ed.). Pearson Education.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta.).
- Supriadi, Y. (2021). *Persaingan Makin Memanas, Tokopedia atau Shopee Juara Marketplace di Indonesia?* Deskjabar.Pikiran-Rakyat.Com. <https://deskjabar.pikiran-rakyat.com/ekbis/pr-1132692940/persaingan-makin-memanas-tokopedia-atau-shopee-juara-marketplace-di-indonesia>
- Tania, F., Atmoko, W. B., & Budiadi, N. A. (2021). Determinan Pembelian Impuls Daring. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Tidar 2021*, 111–120. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/download/4407/2163>
- Tokopedia. (2021). *Profile Tokopedia*. Tokopedia.Com. <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Ukmindonesia.com. (2021). *Gojek dan Tokopedia Bentuk GoTo, Grup Teknologi Terbesar di Indonesia dan Ekosistem Andalan dalam Menjalani Keseharian*. Ukm Indonesia. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/403>
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel* (3rd ed.). Salemba Empat.