

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, M. S. (2017, Mei 14). 2018, *Transaksi e-Commerce Indonesia Akan Capai Rp 144 Triliun*. Dipetik April 22, 2018, dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3057134/2018-transaksi-e-commerce-indonesia-akan-capai-rp-144-triliun>
- Abdurrahman, M. S. (2017, Mei 20). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Dipetik Mei 21, 2018, dari liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2957050/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Agus, P. (2017, Desember 6). *Negara Kesatuan RI Diprediksi Jadi Pengguna e-Commerce Terbesar Se-Asia Pasifik*. Dipetik Mei 24, 2018, dari Digital Entrepreneur.id: <https://digitalentrepreneur.id/pengguna-e-commerce/>
- Akhir, D. J. (2018, Maret 23). *Generasi Milenial Paling Sering Belanja Online*. Dipetik 4 22, 2018, dari okezone.com: <https://economy.okezone.com/read/2018/03/23/320/1876819/generasi-milenial-paling-sering-belanja-online>
- Ali, H., & Lilik Purwandi. (2017). *Millenial Nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- APJII. (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2017*. Indonesia: Teknopreneur.
- Ardiyanto, F. (2017). Pengaruh Positive Emotion, Time Availability, dan Money Availability Terhadap Impulsive Buying Behavior Konsumen Mahasiswa Pada Department Store di Kota Yogyakarta. *AKMENIKA*, Vol. 14, No.1, 850-862.
- Astari, D. A.C., & Catur Nugroho. (2017). Motivasi Pembelian Impulsif *Online Shopping* Pada Instagram. *CHANNEL*, Vol. 5, No. 2, 33-46.
- Badgaiyan, A., J. & Anshul V. (2015). Does urge to buy impulsively differ from *impulsive buying behavior*? Assessing the impact of situational factors. *Retailing and Consumer Service* 22, 145-157.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.10 No.1, 46-62.
- Beatty, S.E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal Of Retailing*, Volume 74(2), 169-191.
- BkkbN. (2016, September 26). *Laju Pertumbuhan Penduduk 4 Juta Per Tahun*. Dipetik Mei 22, 2018, dari BkkbN: <https://www.bkkbn.go.id/detailpost/laju-pertumbuhan-penduduk-4-juta-per-tahun>
- Bougie, R., & Uma S.(2013). *Research Methods for Business*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Bowman, M. (2017, April 25). *Understanding Five Emotions That Encourage Us To Spend*. Dipetik Juli 20, 2018, dari Forbes: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/04/25/understanding-five-emotions-that-encourage-us-to-spend/#425b798a5441>
- Chang, H. J., Molly Eckman., & Ruoh Nan-Yan. (2011). Application of the Stimulus-Organism-Response model to the *retail* environment: the role of hedonic motivation in impulse buying behavior. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21:3, 233-249.

- Creswell, J.W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE.
- Datta, D., & Bhaskar Sarma. (2017). Impulse Purchase Behavior Among The Millennials At Agartala Tripura India. *International Journal of Marketing & Financial Management, Volume 5, Issue 6*, 1-15.
- Deny, S. (2016, September 15). *BPS: Jumlah e-Commerce di Indonesia Capai 26,2 Juta*. Dipetik Mei 24, 2018, dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto.(2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education, Vol. 6, No. 1*, 29-35.
- Fattah, F. A., Mintasih I., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi Vol. 4, No. 1*, 12-21.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finansialku. (2017, Juli 5). *100 Tahun, 5 Generasi, Alpha, Baby Boomers, Generasi X,Y,Z*. Dipetik 4 22, 2018, dari Finansialku.com: <https://www.finansialku.com/5-generasi-baby-boomers/>
- Fuadati, S. R. (2017, Desember 11). *Generasi Milenial dan Tantangan Mengelola Keuangan*. Dipetik Mei 24, 2018, dari Bisnis Surabaya: <http://bisnissurabaya.com/2017/12/11/generasi-milenial-dan-tantangan-mengelola-keuangan/>
- Groebner, D., F., Patrick W. S., Phillip C. F., & Kent, D., S. (2008). *Business Statistics A Decision-Making Approach eight edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- iPrice. (2018, Februari 7). *[DATA] 5 Tren Perilaku Konsumen Online Indonesia di Tahun 2018*. Dipetik Juli 13, 2018, dari iPrice: <https://iprice.co.id/trend/insights/data-5-tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-di-tahun-2018/>
- Jefriando, M. (2017, Mei 9). *Ini 10 Daerah dengan Ekonomi Terbesar di RI*. Dipetik Juli 16, 2018, dari detikfinance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3496150/ini-10-daerah-dengan-ekonomi-terbesar-di-ri>
- KBBI. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Dipetik Juli 19, 2018, dari KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kemendikbud. (2017). *Materi Pendukung Literasi Finansial*. Jakarta Timur: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kominfo. (2015). *Nilai Transaksi Pembelian Produk Secara Online Tahun 2015*. Dipetik 4 22, 2018, dari Data & Statistik Kementerian Komunikasi dan Informatika RI: https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1460&data-data_page=3
- Kompas.com. (2015, Agustus 8). *OJK: Orang Indonesia Makin Konsumtif*. Dipetik Mei 24, 2018, dari Kompas.com:

- <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/08/08/110746226/OJK.Orang.Indonesia.Makin.Konsumtif>
- Kountur, R. (2009). *Metode Penelitian Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Laudon, K. C., Jane P. Laudon. (2017). *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital Edisi 13*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Lontoh, N., David P.E.S., & Maria V.J.T. (2017). Analisa Faktor-Faktor yang Mendorong Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Produk Fashion di Manado Town Square. *Jurnal EMBA, Vol. 5, No. 3, 3734-3743*.
- Lotulung, G. A. (2017, Oktober 30). *Ritel Berguguran, Mendag Berkilah Generasi Millennial Malas Belanja di Mal*. Dipetik Mei 22, 2018, dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/30/111514426/ritel-berguguran-mendag-berkilah-generasi-millennial-malas-belanja-di-mal>
- Lubis, M. (2014, Maret 9). *Konsumen Indonesia Mulai Menyukai Belanja Online*. Dipetik Juli 16, 2018, dari Nielsen: <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>
- Mawo, T., Partono T., & Sunarto. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education Vol. 6, No. 1, 60-65*.
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Kompetensi, Vol. 10, No. 1, 63-76*.
- Mothersbaugh, D. L., & Del, I., H. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy Thirteenth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Nainggolan, S.Y. (2018, Januari 27). Benarkah Generasi Milenial Lebih Boros dan Sulit Menabung?. Dipetik Agustus 23, 2018, dari MetroTtvNews.com: <http://rona.metrotvnews.com/keluarga/VNnJ2V7N-benarkah-generasi-milenial-lebih-boros-dan-sulit-menabung>
- Nielsen. (2014, Februari 2). *Millennials: Technology = Social Connection*. Dipetik Mei 24, 2018, dari Nielsen: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/millennials-technology-social-connection.html>
- Niswah, U. (2016). Tingkat Kemampuan Komunikasi Antar Profesi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Profesi Dokter dan Farmasi yang Terpapar Interprofessional Education (IPE) di Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- OECD. (2013). *PISA 2012 Assessment and Analytical Framework Mathematics, Reading, Science, Problem Solving and Financial literacy*. OECD Publishing.
- Park, E. J., Eun Young Kim, & Judith Cardona Forney. (2006). Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, Vol. 10 Issue: 4, 433-446*.
- Primadhyta, S. (2015, November 2). Generasi Millennial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah. Dipetik Juli 25, 2018, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>

- Pradesh, U. (2012). Impulse Buying Behavior in Retail Stores-Triggering The Senses. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 1-21.
- Prasetya, T. (2017, Mei 9). *Pasar e-Commerce Indonesia tumbuh 30%-50%*. Dipetik Mei 21, 2018, dari Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-e-commerce-indonesia-tumbuh-30-50>
- Purwandi, Hasannudin Ali, & Lilik. (2016). *Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millennials*. Jakarta Selatan: Alvara Research Center.
- Roberts, J. A., & Eli Jones. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying among American College Students. *Consumer Affairs*, Vol. 35, No. 21, 213-240.
- Rook, D.W., & Robert J. F. (1995). Normative Influences on Impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research, Inc. Vol. 22*, 305-313.
- Santoso, E. (2017). *Millennial Finance*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Setiawan & Sakina Rakhma Diah. (2018, 02 19). *Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang*. Dipetik 04 20, 2018, dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, M. R. (2011). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being Ninth Edition*. New Jersey: Pearson.
- Stern, H. (1962). The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*, 59-62.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi & Purwanto S.H. (2009). *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, Edisi 2*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Sulaiman, F. (2017, Januari 24). Jakarta Jadi Provinsi dengan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tertinggi. Dipetik Agustus 23, 2018, dari WartaEkonomi.co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read128377/jakarta-jadi-provinsi-dengan-indeks-literasi-dan-inklusi-keuangan-tertinggi>
- Tabachnick, B. G., & Linda S. F. (2001). *Using Multivariate Statistics*. Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Tashandra, N. (2018, Maret 22). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita*. Dipetik Juli 19, 2018, dari Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>
- Tunaiku.com. (2016, November 5). *Ternyata Millennial Itu Suka Impulsif Sewaktu Belanja!*. Dipetik Juli 20, 2018, dari Tunaiku.com: <https://swara.tunaiku.com/gayahidup/ternyata-millennial-itu-suka-impulsif-sewaktu-belanja>
- WECAN. (d.t.). *#Shopalagic*. Dipetik Juli 16, 2018, dari Bicara Uang: <https://bicarauang.com/themes/newbicara/pdf/guidebook-shopalagic.pdf>
- Widyastuti, D. (2015). *Analisis Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Impulsive buying behavior*. Depok: Universitas Indonesia