

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Al Raafi, S. Martono 2016. *Pengaruh Ketidakamanan Kerja, Komitmen Organisasional dan Kepercayaan Organisasional Terhadap Keinginan Berpindah*. Management Analysis Journal, Vol.5, Nomer 1, Februari 2016 ISSN 2252-6552.
- Afifuddin. 2015. *Dasar-dasar manajemen*. Bandung : Cetakan Ketiga. Alfabeta
- Ali, A., & Hasnu, S. A. F. 2013. *An Analysis Of Consumers' characteristics On Impulse buying: Evidence From Pakistan*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(2), 560. Diakses tanggal 10-12-2022
- AMA (American Marketing Association). 2017. Definition of Marketing Research.
Tersedia: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>.
Diakses pada tanggal 14 Desember 2022.
- Amien et.al. 2021. *Promotion Mix pada PT. Cap Jago Cibenda*. Skripsi. Universitas Galuh.
Tidak diterbitkan.
- APJII. 2020. *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020., 1–146*.
Tersedia: <https://apjii.or.id/survei> Diakses pada 15 Desember 2022 Pukul 20.15 WIB
- Budianto, Apri. 2015 *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Penerbit Ombak: Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- BPS Ciamis. 2021. *Kecamatan Padaherang Dalam Angka 2021*. Ciamis: Badan Pusat Statistik Ciamis.
- Bappeda Kabupaten Pangandaran. 2021. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Pangandaran Tahun 2021-2026*. Pangandaran: Pemerintah Kabupaten Pangandaran.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. London: Pearson.

- Deviyanti, R. 2017. *Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Konsumen Yang Berbelanja Di Intan Market Di Kecamatan Tayan Hulu Kabupaten Sanggau Provinsi Kalimantan Barat (Ditinjau Dari Aspek Jenis Kelamin Dan Umur)*. Universitas Sanata Sharma Yogyakarta.
- Dwiastuti, Y, K. 2018. *Hubungan antara Materialisme dan kecenderungan impulse buying konsumen dewasa awal pada produk fashion*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Efriani, R. (2022). *Pengaruh Gender, Promosi Penjualan, Sifat Materialisme Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse buying Secara Online (Studi Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Fonna, N. 2019. *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. GUEPEDIA.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro: Semarang
- Griffin, R. W. 2021. *Management*. Cengage Learning.
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE
- Henrietta, P. 2012. *Impulsive Buying pada Dewasa Awal di Yogyakarta*. Journal of Psychology Faculty. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hewlett, S. A. (2013). *Forget a mentor, find a sponsor: The new way to fast-track your career*. Harvard Business Review Press.
- Hootsuite and We Are Social. 2021. *Digital in 2021 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In Indonesia*.
- Tersedia : <https://wearesocial.com/us/> Diakses pada 15 Desember 2022 Pukul 20.15 WIB

- Husna, A. N. 2016. *Psikologi Anti-Materialisme*. *Buletin Psikologi*, 24(1), 12-22. Diakses tanggal 10-12-2022
- Indah Ayu, M. 2015. *Pengaruh Gender Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Paragon Technology And Innovation Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." 2017. *Digital marketing: A framework, review and research agenda*. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1)
Tersedia: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006> Diakses pada 25 Maret 2023 Pukul 02.00 WIB
- KBBI. *Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan)*.
Tersedia: <https://kbbi.web.id/materislisme>.
Tersedia: <https://kbbi.web.id/revolusi>. Di akses pada 10 Desember. 2020.
- Kotler, Amstrong. 2014. *Principles of Marketing fourthten Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. 2015. *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin, Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kreitner, R., & Cassidy, C. 2012. *Management*. Cengage Learning.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

- Lestari. 2014. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion Customer Flashy Shop Surabaya*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Muruganatham, G. dan Ravi Shankar Bhakat. 2013. *A Review of Impulse buying Behavior*, International Journal of Marketing Studies Vol. 5, No. 3.
- Partini. 2013. *Bias Gender Dalam Birokrasi*. Tiara Wacana: Yogyakarta.
- Peter, J. Paul, H. Donnelly, James. 2014. *A Preface To Marketing Management. Twelfth Edition*. Mc Graw Hill: New York.
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2019). *Marketing*. Cengage Learning.
- Prawironegoro A. R. 2015. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Purwanto, D. 2018. *Pengaruh Gender, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Impulse buying Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI), 7(5), 449-457. Diakses tanggal 16-11-2022
- Puspitawati, H. 2013. *Konsep, teori dan analisis gender*. Bogor: Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian.
- Qoryama, M. U. 2017. *Hubungan antara materialisme dan perilaku compulsive buying*. Semarang: UNS press.
- Rahmawan I. 2022. *Pengaruh Word Of Mouth Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan
- Robbins, S. P., Bergman, R., Stagg, I., & Coulter, M. (2014). *Management*. Pearson Australia.
- S.P, Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara .Jakarta
- Sadono Sukirno. 2019. *Makroekonomi : teori pengantar / Sadono Sukirno*. Depok : Rajawali Pers.

- Saputri, M. E. 2016. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia*. Jurnal Sosioteknologi, 15(2), 291-297.
- Sari, Aprilia Eka. 2014. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. XIII NO.1.
- Sarinah., Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Schermerhorn Jr, J. R., & Bachrach, D. G. 2023. *Management*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta:Bandung
- Tanjung, R., Haloho, R. D., Hasibuan, A., Butarbutar, M., Lie, D., Ramdhani, R. F., ... & Silalahi, M. (2022). *Pengantar Manajemen Modern*. Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2019. *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Torang, Dr.Syamsir.2014.*Organisasi dan Manajemen*.Bandung: ALFABETA
- Winatha, R. G., & Sukaatmadja, I. P. G. 2014. *Pengaruh sifat materialisme dan kecanduan internet terhadap perilaku pembelian impulsif secara online*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 751-69. Diakses tanggal 10-12-2022