

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto dan Erdinaya, 2004. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 1996. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima, persiapan membangun pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Chaplin, J. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Engel, Blackwell, and Miniard. 2012. *Consumer Behavior*. Singapore: Cengage Learning Asia.
- Griffin, Em. 2012. *A First Look at Communication*. New York: Mc Graw Hill.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zhang, M.Y. & Dodgson, M., 2007. *High-tech entrepreneurship in Asia: innovation, industry and institutional dynamics in mobile payments*: UK.

Jurnal

- Afandi, A.R., dan Hartati, S. 2017. GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY. *Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri*, 3 (3), 123-130.
- Aqmarina dan Wahyuni, Z.I. 2018. Journal of Psychology. *PENGARUH MOTIVASI HEDONIC SHOPPING DAN ADIKSI INTERNET TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING*, 6 (2), 153-165.

- Hadikusuma, S. dan Jaolis, F. 2019. AGORA. *PENGARUH SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED USEFULNESS, DAN PERCEIVED SECURITY TERHADAP CONTINUE USE INTENTION APLIKASI MOBILE PAYMENT OVO MELALUI ATTITUDE TOWARDS USING MOBILE PAYMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA*, 7 (2).
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung T. 2019. Jurnal Sains Manajemen. *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*, 5 (2), 137-160.
- Nugroho, P., Winarno, W.W., & Hartanto, R. 2017. Departemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, FT UGM. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, 226-233.
- Octaviani, L., dan Sudrajat, A. 2016. Paradigma. *Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 4 (3), 1-5.
- Puspita, Yuanita Candra. 2019. Jurnal Manajemen Informatika. *ANALISIS KESESUAIAN TEKNOLOGI PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT PADA APLIKASI OVO*, 9 (2), 121-128.
- Rook, D.W. 1987. The Journal of Consumer Research. *The Buying Impulse*, 14 (2), 189-199.
- Setyadinsa, R., Shihab, M.R., & Suchyo, Y.G. 2018. Proceeding of EECSI 2018. *Individual Factors as Antecedents of Mobile Payment Usage*, 514-518.
- T. Dahlberg, N. Mallat, J. Ondrus, & A. Zmijewska. 2008. *“Past , present and future of mobile payments research : A literature review”*, Vol. 7, 165–181.
- Verplanken, B & Sato, A. 2011. Journal of Consumer Policy. *The psychology of impulse buying: an integrative self-regulation approach.*, 34 (2), 197-210.
- Wood, M. (1998). Socioeconomic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying. *Journal of Economic Psychology*, 19 (3), 295-320.

Yahmini, E. 2019. EXERO Journal of Research in Business and Economics. *KECENDERUNGAN IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA DITINJAU DARI LATAR BELAKANG KELUARGA (Studi Kasus Mahasiswa di Lima Universitas Di Yogyakarta)*, 2 (1), 41-56.

Skripsi

Herliyani, Christina. 2017. *Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta.

Khafiyah, Nurits Nadia. 2019. *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.

Ulva, Kustanti Nurul. 2018. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan Transaksi Pada Mobile Payment*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta.

Sumber Internet

<https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4629663/riset-ini-ungkap-aplikasi-pembayaran-digital-favorit-konsumen> (Diakses pada 4 Juni 2020, pukul 10.56 WIB)

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180402180923-33-9409/milenial-cenderung-impulsif-belanja-kosmetik> (Diakses pada 10 Juni 2020, pukul 11.20 WIB)

<https://www.finansialku.com/impulsive-buying-pembelian-impulsif-solusinya/> (Diakses pada 2 Agustus 2020, pukul 22.10 WIB)

<https://www.kompasiana.com/tonyburhanudin/57c53c87e1afbd4545cf7a34/wanita-dan-kecenderungan-belanja-dadakan?page=2> (Diakses pada 10 Juni 2020, pukul 14.12 WIB)

<https://wartaekonomi.co.id/berita269532/ada-apa-dengan-generasi-milenial-pengguna-e-payment> (Diakses pada 13 April 2020, pukul 22.16 WIB)