

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi, D. (2021). *Dunia Dalam Genggaman Generasi Z*.
- Alif, H. (2011). *Jago Bikin Game Online*. Mediakita.
- Amalia, S. (2022). *Indonesia Jadi Negara Kedua Pengguna Internet yang Banyak Main Game*. Sabtu, 30 April.
<https://games.grid.id/read/153263015/indonesia-jadi-negara-kedua-pengguna-internet-yang-banyak-main-game>
- Arti Gaya Hidup di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (2008).
<https://kbbi.lektur.id/gaya-hidup>
- Chaplin. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, C. (2010). *Pengaruh Strategi Diskon terhadap Keputusan Pembelian yang Tidak Direncanakan (Impulse Buying) oleh Pembeli (Studi di Matahari Departemen Store Tunjungan Plaza Surabaya)*. UNESA.
- dkk, Rusman. (2012). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanan, S. (2010). *Pengaruh Dimensi Big Five Personality Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif*. Universitas Sumatera Barat.
- J. Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen*. PT. Kencana.
- Kharis, I. F. and F. I. (2011). “*STUDI MENGENAI IMPULSE BUYING DALAM PENJUALAN ONLINE (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang)*.”
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kusumawardani, D. (2011). *Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 Ml Dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon*. Universitas Islam Indonesia.

- Mariana. (2009). *Hubungan Sikap Konsumen Pada Discount Dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- McCarthy, J., Perreault, W.D, dan Cannon, J. P. (2009). *Pemasaran Dasar*. Salemba Empat.
- Minor, J. C. M. M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Erlangga.
- Mone, R. (2021). *Masa Depan Cerah Industri Esports*. 31 December. <https://mnews.co.id/read/Teknologi/masa-depan-cerah-industri-esports/>
- Mubarok, F. (2021). Hubungan antara Intensi Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game Pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 3, 69–80. <https://doi.org/10.21831/ap.v3i1.40025>
- Napitupulu, L. A. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta di Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM Fekon*, 4.
- Nugraheni, P. N. A. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. UMS.
- Plummer, R. (1983). *Life Span Development Psychology: Personality and Socialization*. Academic Press.
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1417-1428>
- Rachmawati, E., & Andjarwati, A. L. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN BURGER KING DI SURABAYA). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 18.
- Rook, D. W. and R. J. F. (1995). “Normative Influences on Impulsive Buying Behavior,.” *Journal of Consumer Research*, 305–313.
- Simon, K. (2022). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. 15 February 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono & Djabar H.B. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Sun, T., & Wu, G. (2011). Trait Predictors of Online Impulsive Buying Tendency: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 337–346. <https://doi.org/10.2307/23033922>
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Tanujaya, P. (2021). *Mobile Legends Jadi Nomor 1 MOBA Mobile di Asia!* 11 November. <https://revivaltv.id/news/Mobile-Legends/mobile-legends-moba-mobile-asia>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Andi, Ed.).
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulsive Buying Tendency: Feeling and no Thinking. *European Journal of Personality*, 15, 71–83.
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Pustaka Seti.