

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhammad. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID." *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 2 (2020).
- Agnia Rizkita Amanda, Miguna Astuti dan. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Anin F, Rasimin BS, N. Atamimi. "Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja." *Jurnal Psikologi* 35 (2008): 181–93.
- Anwar, MP Andita dan UAA. "Pengaruh Citra Merek Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Di Instagram." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 10, no. 2 (2023): 1177–1188.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Arvia, Mega. "Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Produk Fashion Muslim Di E\_Commerce." *Youth & Islamic Economic Journal* 3 (2022).
- Budiwanto. *Metode Statistika : Untuk Mengolah Data Keolahragaan* (2017): 1-233.
- C.Nancarrow, G.Bayley &. "Impulse Purchasing: A Qualitative Exploration of the Phenomenon." *Research: An International Journal* 1 (1998): 99–114.
- Caroline, E. *Metode Kuantitatif*. Surabaya: Media Sahat Cendekia, 2019.
- D.S Andriyanto, I.Suyadi, D.Fanani. "Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey Pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 31 (2016).
- Darma, B. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia, 2021.
- Dewi Andriany, Mutia Arda. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millennial." *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 2019.
- DW Rook, RJ Fisher. "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior." *Journal of Consumer Research* 22, no. 3 (1995): 305–13.
- Edwin Japarianto, Sugiono Sugiharto. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat High Income Surabaya." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran* 6 (2011).
- Emanuel Bayu Ricky Rivanto, Budhi Haryanto. "Pengaruh Respon Emosional Positif Konsumen Pada Perilaku Pembelian Impulsif Dimoderasi Karakteristik Situasional." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 14 (2016): 14.

- Engel, J.F, R.D Blackwell, P.W. Miniard. *Perilaku Konsumen*. 6th ed. Jakarta: Binarupa Aksara., 1994.
- Ermawati, E. “Etika Konsumsi Islam Dalam Impulsive Buying” 15 (2021).
- Faradiba, Tessa, Eni N Nugrahawati, Prodi Psikologi, and Fakultas Psikologi. “Prosiding Psikologi Hubungan Antara Self Esteem Dengan Impulse Buying Pada Anggota Komunitas Mobil X Kota Bandung The Relationship Between Self Esteem with Impulse Buying on Members of ‘X’ Car Community Bandung City,” n.d., 554–60.
- Farida, Ning Tyas Wulandari Apriyatni Endang Prihatini Naili. “Pengaruh Emosi Positif Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Diponegoro).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11 (2022): No.1.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 20. Semarang: Universitas Diponegoro, 2012.
- H.Heri., Sudarso., Yusrizal. “Pengaruh Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Martin Store Pekanbaru.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3 (2022): 24866–2497.
- Hardiana, C.D & Khalisyah, Hajjar. “Pengaruh Konsumsi Hedonik Dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Miniso Di Bekasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 (2021): 31–47.
- Harti, NA Wardah dan. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee.” *Management Development and Applied Research Journal* 4 (2021): 1.
- Herabadi, B Verplanken & A. “Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking.” *European Journal of Personality* 15 (2001).
- Hermanto, Yulia &. “Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10 (2016): 11–19.
- Hikmawati. *Metodologi Penelitian*. PT Rajagrafindo Persada, 2020.
- Hospital, Tim Medis Siloam. “Mengenal Perilaku Impulsive Buying Dan Cara Mengatasinya.” siloamhospital.com, 2023. <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/apa-itu-impulsive-buying>.
- Husaini, Usman. *Pengantar Statistik*. Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006.
- Idris, N Rahmah & M. “Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 1 (2018): 88–98.

- Iliah, Leni Rofatul, and Muhammad Aswad. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Kabupaten Kediri." *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1, no. 3 (2022): 209–24.
- Irfan Saputra, D.C Kuswardani, Endang Rusdianti. "Peran Konsumsi Hedonis Dan Emosi Positif Dalam Meningkatkan Pembelian Impulsif." *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 14 (2021): 2.
- Keller, Philip Kotler dan. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Kemenag, Qur'an. "Al-Quran Dan Terjemahan." Kementerian Agama RI, Badan Penelitian Dan Pengembangan Dan Pendidikan Dan Pelatihan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, n.d.
- Kosyu, DayangAsning. "Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying (SEDwin Japarianto, Sugiono Sugiharto. 'Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat High Income Surabaya.' *Jurnal Manajem.*" *Jurnal Administrasi Bisnis* 14 (2014): 1–7.
- Kotler, Gary Amstrong dan Philip. *Principles of Marketing*. 15th ed. Global Edition Pearson, 2018.
- Kunto, AA. *Remaja Tentang Hedonisme: Kecil Bahagia, Muda Foya-Foya, Tua Kaya Raya, Mati Masuk Surga*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 1999.
- Kusumadewi, P Sopiyan dan RN. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 11 (2020).
- Lestari, Michael Hasim dan Retno Budi. "Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 12 (2022): 67.
- Levy, M. *Retailing Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lina Atika Andriyani, Harti. "Pengaruh Emosi Positif, Potongan Harga, Dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif." *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 23 (2021): 3.
- Lusliyanti, DYR. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pengunjung Roxy Square Jember," 2016.
- Miranda, YC. "Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping." *Journal of Management Studies* 10 (2016).
- Miranda, Yosy Cynthia. "Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping." *Journal of Management Studies* 10 (2016). <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3424/2533>.
- Muslim, Abdul. "Konsumen Di Pulau Jawa Berkontribusi 83% Terhadap Transaksi E-Commerce." Investor.id, 2023. <https://investor.id/business/334672/konsumen-di-pulau-jawa-berkontribusi-83-terhadap-transaksi-ecommerce>.

- Mustajab, Ridhwan. "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023." *DataIndonesia.id*, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.
- N.Baladini, N.Syarief & J. Gunaedi. "Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pengguna Gopay Di Kota Bekasi)." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi 2* (1) (2021): 1323–37.
- NA Syafitri, SN Farida. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E\_Commerce Shopee." *Journal of Management & Business* 4 (2021).
- Ningrum, Nimas Putri Widiya. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Browsing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pengguna Shopee Mahasiswa Kota Malang Di Masa Pandemi)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9 (2021): 2.
- Nuryadi. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017.
- Nuvriasari, N Hidayati & A. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja, Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Di Outlet H&M Hartono Mall Yogyakarta." *Manajemen Dewantara* 7, no. 2 (2023): 366–77.
- Oetomo, IP Lestari dan HW. "Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Customer Flashyshop." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 3 (2014): 1–17.
- Perdana, K. *Olah Data Skripsi Dengan Spss 22*. Pangkal Pinang: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016.
- Pradiatiningtyas, D. "Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace." *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi* 11 (2019).
- Primyastanto, LA Wati dan M. *Ekonomi Produksi Periklanan Dan Kelautan Modern Teori Dan Aplikasinya*. Universitas Brawijaya Press, 2018.
- R.Basiya, A.A Wijiyanto. "Pengaruh Hedonic Consumption, Availability Of Money Dan Positive Emotion Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4 (2023).
- Ramadania, Bintoro Bagus Purmono. "The Effect of Hedonic Shopping Value on the Impulse Buying of Fashion Products of Generation Z." *Journal of Research in Business, Economics and Management* 16, no. 1 (2021).
- Riduwan. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Rivanto & Haryanto. "Pengaruh Respon Emosional Positif Konsumen Pada Perilaku Pembelian Impulsif Dimoderasi Karakteristik Situasional." *Fokus*

*Manajerial* 14 (2016).

Sahir. *Metodologi Penelitian*. Medan: KBM Indonesia, 2021.

Sholawati, Arini, Faradillah Firdaus, and Nurfitriany Fakhri. “Pengambilan Keputusan Dan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa.” *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa* 1 (2022).

Sudarsono, J.Guntara. “Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 11 (2017): 16–25.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, 2016.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2019.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Belajar SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009.

Suprihatin, Jokhanan Kristoyono dan. *Statistika Ilmu Komunikasi Disertai Petunjuk Penggunaan Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Expert, 2019.

TN, Fitria, and Prastiwi IE. “Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (2020): 3.

Umboh, Zefanya, Lisbeth Mananeke, and Samadi Reitty. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di MTC Manado.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6 (2018).

UNPAD, Division HIMA ESP FEB. “Seberapa Bahaya Impulsive Buying Behaviour?” <https://kandankilmu.org/>, 2020. <https://kandankilmu.org/2020/11/05/seberapa-bahaya-impulsive-buying-behaviour/>.

UNSIL, SIMAK. “Daftar Mahasiswa Terdaftar Tahun Akademik 20231.” Universitas Siliwangi, 2023. <https://simak.unsil.ac.id/>.

Usvita, Mega. “Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Plaza Andalas Padang.” *Jurnal Apresiasi Konsumen* 4 (2015): 71–75.

Utami, C.W. *Strategi Dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Utami, C.W. “Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia,” 2010.

Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.

Widia Sefiska Rahma, Whyosi Septrizola. “Pengaruh Hedonic Shopping

Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pada Lazada.Co.Id.” *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha* 1 (2019): 282.

Winarso, Toto Pribadi Sampurno &. “Pengaruh Motivasi Hedonis, Browsing Dan Gaya Belanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).” *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2015.

Yahmini, Exnasiyah. “Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa Di Lima Universitas Di Yogyakarta).” *Journal of Research in Business and Economics* 1 (2019).

Zefanya Umboh, Lisbeth Mananeke, Reitty Samadi. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di MTC Manado.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6 (2018): 3.

Zulfikar, Aas Setiawati & Rizki. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Konsumen Merdeka Arcade Factory Outlet).” *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting* 1, no. 2 (2021): 139–46.