

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini I.D, Sulistyowati R 2020. “*Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya)*”. Dalam *Jurnal Pendidikan Tana Niaga* Volume 8 No.1. Indonesia: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Arief, Suyadi, Sunarti. 2017. *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Pada Warga Kelurahan Penanggung Konsumen Produk Aqua Di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 44 No.1.
- Arif Rahman. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Banjarmasin*. *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 3 No. 2.
- Armilda, Mukhlis, Mursalim, Ahmad. 2021. *Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Visual Merchandising Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Badda Lotong Di Makassar*. *Journal Of Accounting* Vol 2 No 1.
- Ascasa Putra Aditya, Arimbi. 2022. *Analisis Pembelian Impulsif Pada Marketplace Pada Masa Pandemi Covid 19*. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol 17 No. 2.
- Asyifa Lia Siti, Rahayu. 2019. *Kenyamanan Dan Kepercayaan Konsumen Blibli.Com Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Journal Of Business Management Education* Vol 1. No 3.
- Azizah N.S 2020. “*Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial*”. Dalam *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi* Volume 1 No. 2. Indonesia: STIE Sutaatmadja.
- Azizah Siti Nur, Totok Haryanto. 2021 *Digital Marketing*. Purwokerto : UM Purwokerto Press.
- Bank Indonesia. 2022. “*Indeks Kepercayaan Konsumen*”, <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/SK-Oktober-2022.pdf>, diakses pada 15 februari 2023 pukul 20.00 WIB.
- Caesariani Tiara Eka 2020. “*Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Di Indomaret Surabaya Timur*”. Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 8 No. 1. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

- Choirunnisa Desi. 2021. *Perilaku Pembelian Impulsif: Seberapa Besar Peran Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi ?*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol.14 No.1.
- Delgado-Ballester, E., dan Munuera-Aleman, J. L. 2001. *Brand Trust in The Context of Consumer Loyalty*. European : Journal of Marketing.
- Dhuruf, Manillal, 2014. “*Impulsive Fashion Apparel Consumption: The Role of Hedonism, Fashion Involvement and Emotional Gratification in Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour in a Developing Country*”. Dalam *Mediterranean Journal of Social Sciences* volume 5 no 8. Italia :Fakultas Sains Manajemen Universitas Teknologi Vall.
- Dinda Prasetya Aurellia. 2019. *Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Emotion Pleasure*. Journal Of Research In Business And Economics Vol 2 No 1.
- Dr. Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Dr. Salim Al Idrus., M.M., M.Ag. 2021. *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsep danTeori*. Jakarta : media nusa creative.
- Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M. 2021. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap Dan Loyalitas Pembelian*. Indonesia : Adab.
- Eka Sari, Aprilia 2014. “*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*” dalam *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Volume XIII No.1 (hlm 55-73).
- Entin Jumantini. 2018. *Pengaruh Modernitas Individu Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Pada Siswa Smk Bisnis Dan Manajemen Terakreditasi Adi Kota Bandung*. Jurnal Equilibrium Vol.15.
- Erdem Sakir 2014. “*The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying*”. Dalam *Jurnal Procedia Social and Behavior Sciences* Volume 4 No.2 (hlm 98-105). Turki: Universitas Marmara.
- Eva, Mahmud. 2017. *Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsum*. Economic Education Analysis Journal Vol 6 No 3.
- Exnasiyah Yasmini. 2019. *Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga*. Journal Of Research In Business And Economics Vol 2 No 1.

- Fandiyanto R, Kurniawan R.E 2019. “*Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo*”. Dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Volume 7 No. 1. Indonesia.
- Firdayanti N, Dkk 2020. “*Pengaruh Visual Merchandising Dan Product Assortment Terhadap Impulse Buying (Survei Pada Konsumen Rabbani Kota Sukabumi)*”. Dalam E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Volume 9 No.5 (391-404). Indonesia: Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah.
- Fs Rania, Suyanto AMA 2022. “*Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan Analysis of Impulsive Purchase Factors on Beauty E-commerce*”. Dalam Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis Volume 13 No. 1. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Ginee. 2022. “*Kategori Transaksi Terbanyak E-Commerce*”, <https://ginee.com/id/insights/zalora-adalah/>, diakses pada 14 februari 2023 pukul 13.00 WIB.
- I Ketut Swarjana, S.K.M., M.P.H.,Dr.PH. 2022. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias*. Yogyakarta : Andi.
- Iprice Insight. 2022. “*PETA E-Commerce Indonesia*”, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses pada 12 Februari 2023 pukul 10.00 WIB.
- Jovita Guntara Sudarsono. 2017. *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 11, No. 1.
- Khasanah, S.H, Dkk 2021. “*Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*”. Dalam Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 2 (hlm 394-411).
- Kristina Dewi N.LP, Dkk 2020. “*Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Unmas*”. Dalam Jurnal Emas Volume 2 No.3. Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Laksono A.W, Suryadi N 2020. “*Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang*”. Dalam Holistic Journal of Management Research

Volume 1 No. 1. Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Lina Atika Andriani, Harti. 2021. *Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif*. Forum Ekonomi Vol 23 No.3.

Maulani Cahyanita 2020. “*Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Konsumen Butik Zidna By Qonithah)*”. Dalam *Conference on Innovation and Application of Science and Technology*. Jakarta: Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politenik Negeri Jakarta.

Ningsih, Kardiyem. 2020. *Pengaruh Nilai Hedonik, Kualitas Pelayanan, Nilai Utilitarian Terhadap Impulsive Buying Melalui Brand Trust*. Economic Education Analysis Journal Vol 9 No 3.

Nurfadila, Sutomo, Asriadi. 2015. *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol 1 No 3.

P. Hery, Riani L.P 2018. “*Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri*”. Dalam *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 2 No.1* (hlm 68-88). Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Permana G.P.L, Dkk 2021. “*Online Visual Merchandising dari Aplikasi Shopee: Sebuah Persepsi Pengguna*”. Dalam *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi Volume 20 No.2*. Indonesia

Philip Kotler Gary Armstrong. 2014 *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : edisi 12.

Prospektus Blibli. Pt Global Digital Niaga Tbk. Kudus Jawa Tengah,2022. Prospektur Dan Laporan Keuangan.

Putri, Tp 2020. “*Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya*”. Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 8 No. 4*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Ristiyanti Prasetyo dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi.

- Rosdiana Riski, Haris, Suwena. 2019. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol 11 No. 1.
- Rudy Jusuf Sutiono. 2019. *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari Rahmatika 2021. “*Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia*”. Dalam *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Volume 7 No. 2. Bandung: Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung.
- Sari, Rika Aulia 2019. “ *Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Awal*”. Dalam *Jurnal Psikologi Borneo* Volume 7 No. 1. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda
- Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri. 2018. *Makna Gaya Hidup “Brand Minded” Pada Konsumen Sosialita*. Jurnal Humaniora Vol 1 No 1.
- Siti Aisyah. 2020. *Pengaruh Trust In Brand, Brand Image, Dan Service Quality Terhadap Consumer Loyalty Pada Produk Indihome Kota Pangkalpinang*. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Stie Pertiba Pangkalpinang, Vol 6, No. 2.
- Sopiyan Pipih 2019. “*Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online*”. Dalam *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* Volume 3 No. 2 (183-205). Indonesia: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Suhardi D, Irmayanti R 2019. “*Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*”. Dalam *Jurnal Inspirasi Bisnis Manajemen* Volume 3 No. 1 (hlm 53-62). Indonesia: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Suharyono, dkk 2016. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Impulsif Di Distro 3second Cabang Mall Olympic Garden Malang)*”.

Dalam Jurnal Administrasi Bisni Volume 36 No. 1. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Suryani Mufid, dkk 2022. “*Determinants of Impulsive Purchases in Shopee E-Commerce During the Covid-19 Pandemic*”. Dalam Jurnal Multi Disiplin Madani Volume 2 No. 1. Universitas Gunadarma.

Sutiono, Rudi Jusup, 2009. *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Ujang Sumarwan, 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.

W Sri, Astiti D.P 2020. “*Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar*”. Dalam Jurnal Psikologi Udayana Volume 4 No.2. Kuta Selatan : Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.

Wardah Nadya Alifi, Harti. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee*. Management Development And Applied Research Journal Vol 4 No. 1.

Yanti, RB 2020. “*Gaya Hidup Brand Minded Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa*”. Dalam Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi Volume 8 No. 3. Indonesia : Universitas Mulawarman.

Yosy Cynthia Miranda. 2016. *Kajian Terhadap Faktoryang Mempengaruhi Impulse Buyingdalam Online Shopping*. Jurnal Kompetensi, Vol 10, No 1.

Yunita Tri Kumala Sari,Hendrastomo, Januari.2020. *Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta*. Jurnal Pendidikan Sosiologi.

Ballester, Elena Delgado, and Jose Luis Manuera-Aleman. 2001. “*Brand Trust In The Context Of Consumer Loyalty*.” European Journal of Marketing 35(12): 309–0566. <http://www.emerald-library.com/ft>.

Bashar, A, & I Ahmed, International Journal of Retail Management, and undefined 2012. 2014. “*Visual Merchandising and Consumer Impulse Buying Behavior: An Empirical Study of Delhi & NCR*.” Academia.Edu 7(3): 360–66.

Chaudhuri, Arjun, and Morris B Holbrook. 2002. “*Product-Class Effects on Brand*.” 10(1): 33–58.

- Engel, F. James, D. Roger Miniard Blackwell, and W. Paul. 1994. "*Perilaku Konsumen.*" Perilaku Aksara., Jakarta: Banipura.
- Gulfraz, Muhammad Bilal, Muhammad Sufyan, Mekhail Mustak, Joni Salminen, and Deepak Kumar Srivastava. 2022. "*Understanding the Impact of Online Customers' Shopping Experience on Online Impulsive Buying: A Study on Two Leading E-Commerce Platforms.*" *Journal of Retailing and Consumer Services* 68(April): 103000. doi:10.1016/j.jretconser.2022.103000.
- Jumantini, Entin. 2018. "*Pengaruh Modernitas Individu Dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Pada Siswa Smk Bisnis Dan Manajemen Terakreditasi Adi Kota Bandung.*" *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 14(02): 57. doi:10.25134/equi.v15i01.1072.
- Lau G.T, and Lee S.H. 1999. "*Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty.*" *Journal of Market Focused Management* 4(1999): 341–70.
- Michael R. Solomon, Nancy J. Rabolt. 2004. "*Consumer Behaviour in Fashion.*" *IOSR Journal of Business and Management.*
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2010. "*Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, Dan Praktek Dalam Pemasaran.*" In *Nora Media Interprise.*,
- Pancaningrum, Erminati. 2017. "*Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls.*" *Jiep* 17(1): 23–40. [www.tempo.co](http://www.tempo.co),.
- Prasetijo, Ristiyanti, and John J.O.I Ihalauw. 2005. "*Perilaku Konsumen.*" Yogyakarta. Penerbit Andi
- Rook, Dennis W., and Robert J. Fisher. 1995. "*Normative Influences on Impulsive Buying Behavior.*" *Journal of Consumer Research* 22(3): 305. doi:10.1086/209452.
- Sa'dam, Abdul Aziza, and Albari. 2023. "*Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Preferensi Merek Dan Niat Beli Ponsel Merek Samsung Di Indonesia.*" *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 02(01): 156–68. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>.
- Setiadi, Nugroho. 2013. "*Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen.*" Kencana Prenada Media Group.

- Stern, Hawkins. 1962. "The Significance of Impulse Buying Today." *Journal of Marketing* 26(2): 59. doi:10.2307/1248439.
- Suwarman, Ujang. 2011. "Perilaku Konsumen." Ghalia Indonesia. Bogor.
- Verplanken, Bas, and Astrid Herabadi. 2001. "Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking." *European Journal of Personality*. doi:10.1002/per.423.
- Yahmini, Exnasyah. 2019. "Kecenderungan Impulse Buying Padamahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga Dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa Di Lima Universitas Di Yogyakarta)." *Jurnal of research in Business and Economics*.
- Lynn, P., Levy, P. S., & Lemeshow, S. 1993. *Sampling of Populations: Methods and Applications*. The Statistician. <https://doi.org/10.2307/2348995>
- Prof. Dr. H. Imam Ghozali. 2021. *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program Smartpls 3.2,9 Untuk Penelitian Empiris*. In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Edisi 3.
- Kim, J. 2003. *College students' apparel impulse buying behaviors in relation to visual merchandising*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Sudjana. 2002. *metoda statistika*. bandung: tarsito.
- Nagadeepa C, dkk 2021. *Impulse Buying: Concepts, Frameworks And Consumer Insights*. India: Shanlax Publication.
- Breusch T, Pagan A 1979. *A Simple Test For Heteroskedasticity And Random Coefficient Variation*. *Econometrica* Volume 47 No 5.
- Daily Social. 2024. *Lanskap E-Commerce di Indonesia Dari Perspektif Konsumen*. Diakses pada 4 Juni 2024 Pukul 13.00 WIB.



