

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun Rizqiyatul Mahmudah. (2020). “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ).” *Journal Of Economic, Business and Engineering* 1(2): 290–99.
- Andriyanto, D. S. (2016). Pengaruh Fashion Involvement dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Anggraeni, A. A. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Visual. *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*.
- Anggraeni, Irma Diah, and Raya Sulistyowati. 2020. “Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya).” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 08(01): 660–66.
- Arifianti, Ria, Dwi Kartini Tuhpawana P, Sendjaja Yunizar, 2010, *Gaya Hidup Hedonis*, Jakarta, Unpad Press.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Astri Serliani, Sahidillah Nurdin, Yuyu Sri Rahayu. 2019. “Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Sain Manajemen* 1(1): 174–80.
- Aydın, H. (2017). Influence of Self-Monitoring and Materialism on Fashion Clothing Involvement. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- Cahyono, K. W. (2016). Shopping life style memediasi hubungan antara hedonic dan utilitarian value terhadap impulse buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.
- Dewi, N. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Journal of Economic Education. Universitas Negeri Semarang*.
- Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi* 10(1): 150–60.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2017). *plikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hair JR, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Hawkins, D. d. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy.11th edition*. McGraw-Hill: Irwin.
- Hermanto, Y. (2017). 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*.
- Hutabarat, M. d. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Imbayani, I Gusti Ayu, and Ni Nyoman Ari Novarini. 2018. "Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(2): 199–210.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson. 2010. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 4th. ed. 4* Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Kanuk, S. d. (2015). *Consumer Behavior 11th Edition Global Edition*.
- Kotler, P. K. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Masturoh, I. d. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Permatasari, I., Z. Arifin, and S. Sunarti. 2017. "PENGARUH HEDONIC CONSUMPTION DAN MEDIATOR EMOSI POSITIF TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Survei Pada Pembeli Produk Fashion Di Malang Town Square Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 43(2): 1–9.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Putri, Intan Mutiara, Rachmah, dan Ghufron. 2016. "Pengaruh Visual Merchandising dan Brand Personality Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion." *e-Jurnal Riset Manajemen* : 169.
- Rachmawati, A. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Promosi Penjualan Terhadap Emosi Positif Dan Dampaknya Terhadap Pembelian Impulsif Dalam E-Commerce Berrybenka.Com. *Jurnal ekonomi dan bisnis UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA*.
- Rahmasari, L. 2010. *Menciptakan Impulse Buying*. Majalah Ilmiah Informatika, www.etheses.uin-malang.ac.id.
- Ristiana, E. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ristiana, E. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ryan Pratama. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Hedonis terhadap Pembelian Impulsif pada Starbucks Coffee. *Jurnal bisnis ekonomi*. Universitas Kwik Kian Gie.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed method)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, Y. R. (2016). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis UNDIP*.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. &. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.
- Umboh. Z, et, al. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle, Keterlibatan Fashion dan Sales Promotion Terhadap Pembelian Impulsif Behaviour Konsumen Wanita di MTC Manado. *Jurnal EMBA* 2018, (6)3, 1638-1647.
- Utami, C. W. (2017). *manajemen Ritel*. jakarta: Salemba Empat.

Wijaya, E. (2016). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universita Dehasen Bengkulu*.

<https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/industri-ritel-di-indonesia-regulasi-sejarah-potret-dan-tantangan.>, diakses 25 Agustus 2021

<https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia.>, diakses 11 September 2021

<https://www.kompasiana.com/picalgadi/54f4c4d5745513972b6c8d7d/mengenalipop-yang-bisa-mengubah-keputusan-belanja-kita.>, diakses 13 September 2021

<https://www.idntimes.com/life/women/tyas-hanina-1/perubahan-lanskap-fashion-indonesia-di-2021hingga2022/1.>, diakses 24 Januari 2022

