

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, P., Ningrum, D., & Hery Pudjoprastyono, (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1).
- Alinda Mahdiyan. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulse buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–11.
- Andani, K., & Wahyono. (2018). Influence Of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, And Fashion Involvement Toward Impulse Buying Through A Positive Emotion. *Management Analysis Journal*, 448-457.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (n.d.). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Iimpulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen* Vol 10 Nomor 2.
- Auli, S., Basalamah, M..R., & Millannintyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. e – *Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN*, 111–121.
- Ayuning, S. S., Nurprapti, N., & Witantra, A. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Produk Pada Aplikasi Shopee Indonesia (Survei Pada Mahasiswa Aktif Universitas Sultan Ageng Tirtayasa) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

- Baskara, I. B. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2), 87–96.
- Budiarto, J. T., & Saputri, M. E. (2022). The Influence Of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motive, Shopping Lifestyle On Impulse Buying At Harbolnas Event In E-Commerce Shopee. *Journal of Management* : Vol.9.
- Darma, L. A., & Japariato, E. (2014). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 80-89
- Daulay, R. (2022). Analysis Of The Efeect Of Shopaholic Behavior And Promotion On Impulse Buying Through E-commerce On Students In Medan. *International Journal of Educational Review*.
- Ferdian Chan, G., Akhmad, I., & Tachta Hinggo, H. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. In *Economics, Accounting and Business Journal* (Vol. 2, Issue 1).
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang; Undip
- Hidayat, R., Inggit, & Tryanti, K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. In *Journal of Applied Business Administration* (Vol. 2, Issue 2).
- Irawan, D. O. R. A. M. R. B. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, Dan Promosi Penjualan

Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Mahasiswi Yang Pernah Berkunjung Ke Center Point Di Mall Olympic Garden Malang). *e –Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 152–167.

Joesoef, H. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Online Berdasarkan Faktor Diskon, Program Pengiriman Gratis, Dan Pelayanan. *Scientefic Journal Of Refection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 180–189.

Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, (2016) . *Marketing Management, Global Edition*, 15 Edition. Essex, England: Pearson Education.

Khoiriyyah, A., & Supiyanto, Y. (2022). *Prosiding SNasPPM VII Universitas PGRI Ronggolawe*.

Kusumasari, I. (2022). Pengaruh Flash Sale, Diskon, Dan Subsidi Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2)

*Komunikasi Pemasaran*. N.p.: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129–140

Mahadewi, N. P. T., & Sulistyawati, E. (2019). *Peran Positive Emotion Dalam Memediasi Pengaruh Product Knowledge Terhadap Impulse Buying* (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Maharanie, R. P., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2020). Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Profit: Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 14(1), 12-21.
- Mawara, N. L., Worang, F. G., Tumewu, F. J., B Mawara, N. L., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The Influece Of Shopping Lifestyle And Fashion Involvement On Impulse Buying Behavior Of Uniqlo Product At Shopee. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 963-972
- Ningrum, P. A. D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 767-776.
- Nurlinda, R., Christina, D., Arjuna Utara No, J., Kepa, D., Kb Jeruk, K., Jakarta Barat, K., & Khusus Ibukota Jakarta, D. (2020). Peran Positive Emotion Sebagai Mediator Hedonoc Shopping Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Di Lazada under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(1).
- Oktapiani, S., & Aldiansyah, H. (2022). Pengaruh Shopping Life Style, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Masyarakat Kecamatan Sumbawa Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 6(2), 614.

- Padmasari, D., & Widyastuti, W. (2022). The influence of fashion involvement, shopping lifestyle, sales promotion on impulse buying on users of shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 123-135.
- Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2021). Yoga Prathama Putra. In *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen* (Vol. 4, Issue 1).
- Pradiatiningtyas, D. (2019). 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 – Volume 11 No 2*
- Pramestya, N. L. P. U. M., & Widagda, I. J. A. (2020). The role of positive emotion mediates fashion involvement on impulse buying. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(9), 1-8.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video ‘Belanja Gak Aturan’ Dalam Akun Tiktok@ handmadeshoesby. *Jurnal Representamen*, 7(01).
- Putra, M. R. M., Albant, M. A. K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life Style, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee. *Revenue: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Islam*, 3(02), 21-29.
- Putri Ekanova, A., Anisah, A., Handrijaningsih, L., & Mariani T.R, S. (2022). The Impact of Hedonic Buying Motivation, Shopping Way of Life, Positive

- Emotion, and Variety of Selection on Impulse Searching for in Tokopedia Online Shop. *Ilomata International Journal of Social Science*, 3(1), 369–378.
- Pramesti, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 945-962.
- Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. N.p.: Penerbit Lakeisha, 2022.
- Ranto, D. W. P., Hariningsih, E., Prasetyanto, W. E., & Oktafiani, D. M. (2021). Price Discounts and Fashion Involvement to Increase Online Impulsive Buying: Study Among Teenagers at Yogyakarta. *International Journal of Business, Management and Economics*, 2(4), 239–250.
- Rony, M., Setiyo Pambudi, B., & Korespondensi, P. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motives, Fashion Involvement terhadap Impulse Buying E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1, 393–401.
- Salam, A., Azzahra, A., Kamal, A. H., & Wibowo, F. W. (2022). Pengaruh promosi, brand Image dan shopping lifestyle terhadap impulse buying di shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Margoluwih, Sleman). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol.VII No.2
- Samad Putu Putri.Djaelani Kodir Abdul.,& Slamet Rachmat Afi. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying E-Commerce Shopee (Studi Pada Masyarakat Desa Sengonagung

- Kec. Purwosari Kab. Pasuruan). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma* Vol. 12. No. 01
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.
- Suci Wahyuni, R., Abrilia Setyawati, H., & Putra Bangsa, S. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 2, Issue 2).
- Sudyasjayanti, C., & Lie, V. (2022). Pengaruh Mediasi Positive Emotion pada Sales Promotion dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Gen Z Pengguna Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(5), 571-576.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono, P. D. 201. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono.(2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung;Alfabeta
- Sulyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta; Andi Offset
- Sumampow, K. Z., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Fashion Involvement,Sales Promotion Dan Positive Emotion Terhadap Impulse

- Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 809-819
- Syastra, T. M., & Wangdra, Y. (2018). Analisis Online Impulse Buying dengan menggunakan Framework Sor. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 02, 133–140.
- Telaumbauna & Puspitasari (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*. sama Volume 14 No. 1 April 2022
- Tjiptono. Fandy & Diana. Anastasia. 2019. Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi. Yogyakarta : ANDI. ISBN 978 –623 – 01–0194 –6
- Tirtaning, K. S., & Setiaji, K. (2021). Effect of Intensity of Accessing Internet, Sales Promotion, and Positive Emotions on Impulsive Buying. *Economic Education Analysis Journal*, 10(2), 285–297.
- Ustanti, M. (2018). Effect of shopping lifestyle, hedonic shopping on impulse buying behaviour community middle class on online shopping. *IOSR Journal of Business and Management*, 20(8), 8-11.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia (Edisi 3)*. Salemba Empat
- Veronika Claudya Titing, F., Worang, F. G., & Pandowo, M. H. (2022). Influence Of Shopping Lifestyle, Discount And Fashion Involvemnet On Impulsive Buying Of Shopee Online Shopping. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4)
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada



E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154.

Wahyuni, S., Suryani, W., & Amelia, W. R. (2022). The Effect of Hedonic Shopping Value and Shopping Lifestyle on the Impulse Buying in Online Shops (case study: Albadar 6 Gang Community). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 12–22.

<https://inixindojogja.co.id/apa-manfaat-penggunaan-tik-di-bidang-perdagangan/>

di akses pada 27 Februari 2023.

<https://www.hashmicro.com/id/blog/arti-dan-perkembangan-ecommerce-di-indonesia/> di akses pada 27 Februari 2023.

<https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada?page=all> di akses pada 27 Februari 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021> di akses pada 27 Februari 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> di akses pada 27 Februari 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023> di akses pada 5 Juli 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun> di akses pada 5 Juli 2023

<https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/> di akses pada 21 juli 2023

<https://careers.shopee.co.id/about> di akses pada 21 juli 2023

