

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Lina Atika. 2021. Pengaruh Emosi Positif, Potongan Harga, Dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Vol. 23 No. 3.
- Anggraeni, Debora Dian Maydiana And Suciarto, Athanasius Sentot. 2020. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Toko Belanja Online Shopee). *JEMAP : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Perpajakan*. Vol. 1 No. 3.
- Anggraeni, Melinda. 2021. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Fashion Involvement Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Akuntabel*. Vol. 18 No. 3.
- Aprianur, Reza. 2020. Hubungan Keterlibatan Fashion Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo*. Vol. 8 No 2.
- Arij, Fara Nauroh. 2022. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee.Co.Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 10 No. 6.
- Arsita, Nurul. 2021. Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *JIMS: Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*. Vol. 7 No. 2.
- Astari. 2018. Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping Pada Instagram. *Jurnal Basicedu Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom*. Vol. 5 No. 2.
- Azmi, Nurul. 2023. Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Jumbiwire*. Vol 2. No. 1.
- Baisyir, Fauzi. 2021. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Konsumen J.CO Donuts & Coffee Buaran Plaza Di Wilayah Jakarta Timur). *Journal Of Management Review*. Vol. 5 No. 1.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fitriani, Annisa. 2020. Pengaruh Keterlibatan Mode Dan Konsumsi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus: Pelanggan Zara Di Mall PVJ Bandung). *Other Thesis*, Universitas Komputer Indonesia
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasim, Michael. 2022. Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang*. Vol. 12 No. 1.

Hidayatullah, Gio Fany Farela. 2020. Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Orangae Puncak Padanjese. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol. 6 No. 1.

<https://greeneration.org/publication/green-info/fast-fashion-bagaimana-dampak-dan-solusi-yang-bisa-dilakukan/>, diakses 17 Februari 2023

<https://www.kompas.com/properti/read/2022/06/24/170000021/punya-pasar-ritel-potensial-indonesia-duduki-peringkat-4-grdi>, diakses 18 Februari 2023

Humaira. 2021. Penguatan Masyarakat Konsumen Abad Ke-21: Studi Kasus E-21: Studi Kasus Konsumerisme Fast Fashion Di Inggris. *PARADIGMA: Jurnal Kajian Budaya*. Vol. 11 No. 2.

Indah, Amalia Putri. 2018. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Departement Store Semarang. *Jurnal Paradigma Ekonomi*. Vol. 2 No. 1.

Indriawan, Bagas Mahendra. 2023. Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 1 No. 11.

Kasali, Rhenald. 2014. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P. K. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.

Kurohman, Febrianto Dwi. 2022. Pengaruh Motivasi Hedonis dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee. *SEIKO : Journal of Management & Business*. Vol. 5 No. 1.

Kusnanto, Danang. 2020. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Grab (Grabfood). *Jurnal Manajemen*. Vol. 12 No 1.

Levy & Weitz. 2014. *Retailing Management, 4th Edition*. New York: Mc. Graw Hill, Irwin Levy.

Maradita, Fendy. 2020. Pengaruh Gaya Hidup, Diskon Harga Dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif Di Instagram ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa). *Jurnal Riset Kajian Dan Teknologi*. Vol. 3 No. 2.

Maulidiyah, Arini. 2021. Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Dan Fashion Involment Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Toko Fashion Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 12 No. 1.

Mediantin, Yesri Rahma. 2021. Pengaruh Promosi Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee Di Kota Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 12 No. 1.

- Mowen, John, C., Dan Minor, M. 2016. *Perilaku Konsumen Jilid 1 (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Andi Erna. 2020. Pengaruh Promosi, Atmosfer Toko, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Ritel Modern Di Kota Batam. *Journal Of Applied Business Administration*. Vol. 4 No. 1.
- Nurlinda, R.A. 2020. Peran Positive Emotion Sebagai Mediator Hedonic Shopping Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Di Lazada. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 5 No. 1
- Nuryani. 2020. Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Keterlibatan Fashion Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Di Instagram. *JEM Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol. 6 No. 1.
- Padmasari, Dwi. 2022. Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce. *JIM Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 10 No. 1.
- Perwithasari, Resy. 2023. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*. Vol 5 No 2.
- Peter, J. Paul & Jerry C Olson. 2016. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi Kesembilan*. Diterjemahkan Oleh : Diah Tantri Dwiandani. Jakarta : Salemba Empat.
- Purwanto, Muhammad Afif. 2020. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee Id. *JAMIN Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*. Vol. 2 No. 2.
- Putra, Agus Eka. 2022. Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Di E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Manajemen Terapan*. Vol. 1 No. 5.
- 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*. Vol. 5 No. 2.
- Ratu, Budiman Remy. 2021. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen PT. Matahari Departement Store Mega Mall Manado). *Jurnal EMBA*. Vol. 9 No. 4.
- Setiadi, J. Nugroho. 2014. *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Pranada Media. Jakarta.

- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behaviour: Buying, Having And Being*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sudarsono, Guntara Jovita. 2018. Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 11 No. 1.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suhartini, Yuniar Indah. 2018. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying. *JIAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 5 No. 1.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, Ujang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sutisna. 2017. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Szczepaniak, Magdalena. 2018. Fashion Involvement And Innovativeness, Selfexpression Through Fashion And *Impulsive Buying* As Segmentation Criteria: Identifying Consumer Profiles In The Turkish Market. *Entrepreneurship And Innovation Management Journal*. Vol. 3 No. 1.
- Tania, Cynthia. 2018. Pengaruh Personal Factors Dan In-Store Factors Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Pada Zara Store Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Undergraduate Thesis*. Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Tjiptono, F. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ummah, Nadya. 2020. Fashion Involvement, Shopping Lifestyle Dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 11 No. 1.
- Utami, Chistina Whidya. 2015. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyuni, Reni Suci. 2020. Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *JIMMBA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*. Vol. 2 No 2.
- Wibowo, George Rizki. 2022. Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *E-Proceeding Of Management*. Vol. 8 No. 2.
- Wijiyanto, Ahmad Agung 2023. 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*. Vol. 4 No. 3.
- Wulandari, Nimas. 2020. Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*. Vol. 2 No. 3.
- Yulinda, Ade Tiara. 2022. Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 10 No. 2.
- Zahroh, Roudhotuz. 2021. Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 9 No 1.