

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Ali, H., Malik, M., Humayun, A., & Ahmad, S. 2019. Factors Affecting Bagyartha, S. D., & Dharmayanti, D. 2014. *Analisa Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Value terhadap Repurchase Intention pada Industri Pusat Kebugaran Kelas Menengah Atas di Sidoarjo*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Akram, U., Hui, P., Kaleem Khan, M., Tanveer, Y., Mehmood, K., & Ahmad, W. (2018). *How Website Quality Affects Online Impulse Buying*. Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics, 30(1), 235–256. doi:10.1108/apjml-04-2017-0073
- Andryansyah, M. dan Arifin, Z. 2018. *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse buying (Survei Pada konsumen Hypermart Malang Town Square Yang Melakukan Pembelian Tidak Terencana)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 57. No. 1 April 2018.
- Annisa, D.P. 2022. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya*. Vol 3 No 5 2022.
- Cahyono, K. E., Khuzaini, K., & Widiarto, H. 2018. *Shopping Life Style memediasi hubungan Hedonic dan Utilitarian Value terhadap Impulse Buying*. EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan).
- Dyah, Budiastuti & Agustinus, Bandur. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Febriani, S. F., Purwanto. N, 2019, *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. 2(2), 53–62.
- Hardani, & Nur, H. A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hursepuny, C, V. dan Oktafani, F. 2018. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse buying Pada Konsumen Shoppe_Id*. Jurnal e-proceeding of Management. Vol. 5. No. 1. Maret 2018.
- Ikanubun, D. Setyawati, S.M. dan Afif, N.C. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang diMediasi Emosi Positif (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Kota “X”)*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA). Vol. 21. No.01. 2019.
- Kusnawan, Agus. Silaswarna, Diana. Andy. Tjong, Sefung. (2019). *Pengaruh Diskon pada Aplikasi eWallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*. Universitas Budi Dharma.

- Latiffah Ulul Fauzi, Henny Welsa, dan Susanto. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impluse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variable Intervening*. Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta Vol 10: 150-160, Oktober 2019.
- Liantifa, M., & Siswadhi, F.2019. *Shopping Lifestyle As a Mediation Variable in the Effect of Hedonic Shopping Value on Buying Impulse in Online Shop*. Jurnal Apresiasi Ekonomi, Maharani, I. P. D., & Darma, G. S.2018. Consumer Purchasing Behavior Analysis on Impulse Buying. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 15(3), 16-37
- Martiana Wulandari, Ai Lili Yuliati. 2019. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount dan fashion Involvement terhadap Impluse Buying Pengunjung Transmart Carefour Buah Batu Bandung*. vol. 3 No. 3 September Desember 2019 e-ISSN: 2621-5306 p-ISSN: 2541-5255 Universitas Telkom Bandung.
- Moh. Rony, Bambang Setiyo Pambudi. 2021. *Pengaruh Hedonic Shopping Motives, Fashion Involvement terhadap Impulse Buying E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, Vol. 1 No.4 Desember 2021.
- Purnomo, H., dan Riani, L.P. 2018. *Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri*. Jurnal Bisnis Manajemen Volume 2, Nomor 1, Hal 68-88. ISSN: 2549-3604 (online).
- Putri, A. S.K. dan Suharyono. 2017. *Pengaruh Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse buying Survei Pada Konsumen Matahari Departement Store Malang Town Square*). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 47. No. 2 Juni 2017.
- Rafidah, S.M. 2021. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik Volume 1 Nomor 1, Maret 2021.
- Rahma, W, S. dan Septrizola, W. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha. Vol. 01. No. 01. 2019.
- Rahmawati, N. T.2018. *Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia,
- Robert and, & Budi, Y. (2018). *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R*.

- Suharyono, Anggun Suci Kiswara Putri, (2017). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Administrasi Bisnis. 47(2): 145 – 153.
- Sutanto, F.O, & Sugiharto, S. 2017. *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening di Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Wahyuni, D.F. dan Rachmawati. I. 2018. *Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Pedia*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol. 11. No. 2 Agustus 2018.
- Wahyuni, R.S., dan Setyawati, H.A. 2021. *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-commerce Shopee*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Zayusman, F., & Septrizola, W. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Volume 01 Nomor 01 tahun 2019. ISSN: Online 2655-6499.

<https://databoks.katadata.co.id/> Diakses pada 22 September 2022

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> Diakses pada 22 September 2022