

DAFTAR PUSTAKA

- Fathoni, J. (2022). *Pengaruh Discount Cashback dan Promotion Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Shopee Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa/I Di Kabupaten Banyuwangi)*.1-11.
- Gangyi, S., Hoque, M. R., & Zhangwen, P. (2018). *The Impact of Culture on Business Negotiation Styles: A Comparative Study between Bangladesh and China*. *International Journal of Business and Management*, 13(8), 121. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n8p121>
- Nurtanio I. (2022). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Bukalapak (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Bandar Lampung)*. 5-7.
- Norfitri, C. (2022). *Pengaruh Flash Sale, Cashback dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru*.
- Prasetia K. (2020). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Ummagelang) Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang Tahun 2020*. 1-7
- 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). 144-149
- Tuzzahra M. (2020). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Zalora Di Kota Medan*. 276-278
- Umroh, N. U., Made, I., Dwiarta, B., & Purnaningrum, E. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, dan Promosi Flash Sale Shopee Terhadap Impulse Buying Pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik*. In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3, Issue 2).
- Widagdo, B., & Roz, K. (2021). *Hedonic Shopping Motivation and Impulse Buying: The Effect of Website Quality on Customer Satisfaction*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 395–405. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.395>

- Zhangwen, P., & Hoque, Md. R. (2017). *A Study on the Cultural Influence on Business Negotiations: Evidence from Bangladesh*. *International Business Research*, 11(1), 157. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n1p157>
- 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*, Vol. 01. No. 1 360-362.