

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Rolle, J. A., & Duc, P. A. (2020). The Covid-19 Pandemic And The Antecedents For The Impulse Buying Behavior of US Citizens. *Journal of Competitiveness*, 12(3), 5–27.
- Almaida, R. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulsive Buying pada Generasi Muda: Studi Empiris pada Penggemar Merchandise K-Pop. Universitas Medan Area.
- Andriani, L.A. dan Harti. (2021). Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. *Forum Ekonomi*, 23 (3) 2021, 454-462.
- Anggraeni, W., & Setiawan, R. (2021). Analisis Faktor Hedonic Shopping dan Dampaknya pada Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 78-92.
- Ariyanto, A., dkk. 2023. Manajemen Pemasaran. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Aryanti, A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Konformitas Melalui Kepercayaan Pelanggan Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Pada Generasi Z Pengguna Platform Online Food Delivery Gofood Di Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 693-703.
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Astuti, N. P., & Bakri, R. (2021). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 613-619.
- Aswin, A., dkk (2022). Perilaku Online Impulse Buying Pada Marketplace Shopee. Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 81–90.
- Barona, E. L. R., M. Arif. dan J. Jufrizen. (2023). Pengaruh Price Discount dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying Dimediasi Positive Emotion. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(1), 485–495.
- Barus, D. S., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Penilaian Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Pos Medan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 1(02), 65-79.
- Bharmawan, A.S & Hanif, N. 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Biswakarma, G., & Adhikari, S. (2024). Fear, Influence, and Scarcity: Drivers of Impulsive Buying Behavior in Nepalese Consumers amidst the COVID-19 Pandemic. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 7(3):144-161.
- Brian, I. G. N. J. (2023). Kualitas Pelayanan Pramusaji Restoran Signature Hotel Indonesia Kempinski Jakarta: SOP, pelayanan, pramusaji. *JURNAL PARIWISATA VOKASI*, 4(1), 64-70.
- Chauhan, S., Banerjee, R., & Dagar, V. (2023). Analysis of impulse buying

- behaviour of consumers during COVID-19: An empirical study. *Millennial Asia*, 14(2), 278–299
- Darsana, I.M., dkk. 2023. Strategi Pemasaran. *Bali: CV. Intelektual Manifes Media*.
- Fadillah, A.S & Ratnasari, L. (2023). Fenomena Konsumerisme dalam Budaya Populer: Studi Kasus Pembelian Merchandise oleh Fans K-Pop di Indonesia. *Formosa Journal of Social Sciences*, 2(3), 101–115.
- Febriansyah, K. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang / Kurnia Febriansyah / 24169023 / Pembimbing: Brastoro. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Peneliti. Universitas Diponegoro.
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., & Utami, E. F. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. *Yogyakarta: Pustaka Ilmu*
- Haryanto, R. 2020. Manajemen Pemasaran Bank Syariah. *Pamekasan: Duta Media Publishing*
- Hayati, R., Al-Amin, A.-A., Mukaromah, H. ., Putri, D. F. ., & Putra, H. R. F. (2024). Strategi Perencanaan Pemasaran Untuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Dalam Menghadapi Tantangan Dunia Usaha. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 68–74.
- Heng, T. Y., dkk. (2024). Factors Influencing Online Shopping Behavior of Customers: A Case Study of an E-Commerce Platform. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 7(2):105-119.
- Herlina & Widyaningrum, D. (2022). Menakar Kecenderungan Perilaku Impulse Buying Belanja Online Generasi Millennial pada Masa Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 481–492.
- Hernita, N., Istiono, D., & Z Nur, L. 2022. Budaya Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 6(2), 194–210.
- Hwang, J., Lee, J., & Kim, S. (2021). The Role of Emotional Attachment in Impulse Buying Behavior: The case of fashion products. *Journal of Business Research*, 124, 1-10.
- Lestari, R.A., Setyaning, A.N.A., (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulsive Buying Generasi Muda: Studi Empiris pada Penggemar Merchandise K-Pop. *Jurnal Ecogen (Universitas Negeri Padang)*, 8 (2), 258-277.
- Lindu, V.S. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Perceived Ease of Use, dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Generasi Z dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi. *Repository Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Lutfiani, I., Farisi, H., & Yuliana, A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Visual Merchandising, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Industri Retail Tiongkok di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 4(1), 74–88.
- Mariyana., Djawoto., & Suhermin. (2023). The Influence Of Hedonic Shopping

- Motivation And Shopping Lifestyle On Impulse Buying Through Positive Emotion In E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 25-39.
- Mashilo, L.S., Dalziel, R.C., Redda, E.H. (2025). The Influence Of Hedonic Shopping Motivation On Online Impulse Buying Behavior In The Fashion Industry. *Innovative Marketing* , 21(1), 248-258.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. 2021. *Konsep Dasar Structural Equation Model - Partial Least Square SEM-PLS Menggunakan SmartPLS*. Banten: Pascal Books.
- Nurtanio, I.N., Bursan, R., Wiryawan, D., & Listiana, I. (2022). The Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying in Bukalapak E-Commerce (Study on Bukalapak Consumers in Bandar Lampung. *Takfirul Iqtishodiyah (Jurnal Pemikirann Ekonomi Syariah)*
- Octaviana, A. R., Komariah, K., & Mulia Z., F. (2022). Analisis Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation Dan Flash Sale Terhadap Online Impulse Buying. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1961–1970.
- Permana, G. P. L., & Mudiyaniti, N. W. (2021). Analisis Faktor Kesuksesan Implementasi Aplikasi Sistem Keuangan Desa (Siskeudes) Dengan Menggunakan Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi Diperbarui Oleh Delone Dan Mclean Di Kabupaten Gianyar. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 75–85
- 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.
- Prasetya, K.H. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Empiris pada Mahasiswa UMMagelang). *S1 thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang*.<https://repositori.unimma.ac.id/2246>
- Pratiwi, V. T., Isa, M. (2023). Peran Positive Emotion dalam Memediasi Hedonic Shopping dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 221-233.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (Pls-Sem) Analysis For Social And Management Research: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114-123.
- Rahma, A. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Kepuasan saat Berbelanja di Online Shop Lazada dengan Impulsive Buying sebagai Variabel Intervening. *Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Renaldi, A & Nurlinda, R.A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 2(1).
- Risnandini, K, H & Khuzaini (2024). Pengaruh Hedonic Motivation Dan Shopping

- Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(2).
- Riyanto, V., & Loisa, R. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Mediasi pada Event Tanggal Kembar di Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(6), 610–614.
- Robiaturrahmah. (2023). *Pengaruh Harga, Daya Tarik Merchandise, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop Dan K-Drama*. Jakarta : FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM-Anggota IKAPI).
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305–313.
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Pembelian Impulsif pada E-commerce Kecantikan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 76–89.
- Salsabillah, A., Nurhadi. (2023). Pengaruh Price Discount, Kemudahan Pembayaran Dan Self Control Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Shopee Food Di Kota Surabaya Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi. *Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur*. <https://repository.upnjatim.ac.id/12284/>
- Saragih, M. G dkk. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Setiawati, A., Zulfikar, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Konsumen Merdeka Arcade Factory Outlet). *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(2)
- Siahaan dan Pasaribu (2023) Siahaan, A. A. ., & Pasaribu, R. M. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dikalangan Generasi Z Di Kota Medan. *Journal Business and Management*, 1(1), 54-64.
- Siregar, S. (2021). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan CV. Martabe Prima Lestari (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan)*.
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Styowati, C.Y., & Dwiridhotjahjono, J. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Sociolla di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1353-1361
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Surabaya: CV. Pustaka Abadi.