

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Astutik, Muji, Fachrudiy Asj'ari, and Ferry Hariawan. "PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA DEPOT DAPUR M'RIAH SIDOARJO." *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)* 1.1 (2020): 362-368.
- Badri, Juarsa, and Suci Ramadhan. "Pengaruh Hedonic Shopping Value dan ShoppPENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PENGUNJUNG TRANSMART PADANGing Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pengunjung Transmart Padang." *Academic Conference For Management Research* 4. 2021.
- Cahyono, Krido Eko, Khuzaini Khuzaini, and Hermono Widiarto. "Shopping Life Style memediasi hubungan Hedonic dan Utilitarian Value terhadap *Impulse Buying*." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 20.2 (2016): 188-208.
- 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.
- Exnasiyah Yahmini, "Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa di Lima Universitas di Yogyakarta)," *Journal of Research in Business and Economics*, 2019.
- Fauzi, Latiffah Ulul, Henny Welsa, and Susanto Susanto. "PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING." *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi* 10.2 (2019): 150-160.
- Fauziyyah, Astri Nurrohmah, and Farah Oktafani. "Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan Fashion Involvement Terhadap *Impulse Buying* Behavior." *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen* 8.1 (2018): 1-14.

- Febriani, Shintia Fitri, and Nuri Purwanto. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)* 2.2 (2019): 53-62.
- Gunadhi, E., & Japariato, E. (2015). Analisa Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Emotional Response sebagai Variabel Intervening pada The Body Shop Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1-9.
- Hidayat, Rahmat, and Inggit Kusni Tryanti. "Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam." *Journal of Applied Business Administration* 2.2 (2018): 174-180.
- Hursepuny, Crusyta Valencia, and Farah Oktafani. "Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen *Shopee\_Id*." *eProceedings of Management* 5.1 (2018).
- I Gusti Ayu Imbayani, Ni Nyoman Ari Novarini. (2018) Pengaruh *Shopping Lifestyle*, Fashion Involvement Dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* Behavior, (3) 2.
- Japariato, E. & Sugiono, S., 2011. Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, Volume 6(1), pp. 32-41.
- Khairani, Zulia. "Pengaruh Store Atmosphere dan Emosi Positif Konsumen terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus pada Konsumen Giant Hypermarket Pekanbaru)," *jurnal daya saing*, 2016.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K., & Y, A. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap *Shopping Lifestyle* dan *Impulse Buying* (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrai Bisnis*, 14(2), 1-7.
- Larassanti Dewi Paramita, 2016. "Pengaruh *Shopping Lifestyle*, store atmosphere, dan hedonic shopping value terhadap perilaku pembelian impulseif pelanggan aeon department store BSD city". Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis. Jakarta: Universitas Islam Negeri syarif hidayatullah Jakarta.
- Myisha Nevianda Tuzzahra, 2020. "Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Shopping Lifestyle* Dan Fashion Involvement Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Zalora Di Kota Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Nadhifah, Abidathun. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsuen Shopee Mahasiswa PTN Di Kota Malang)", Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim. Malang, 2020.
- Nurlinda NA, Cristina Desi. (2020) Peran *Positive Emotion* sebagai mediator hedonic shopping dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* di lazada. (5) 1.
- Pradiningtyas, D. (2019). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, *Shopping Lifestyle* dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen dalam Melakukan Pembelian Online di Marketplace. *Journal Speed*, 11(2), 1-8.
- Poluan, Florensia Jovita, Johny RE Tampi, and Danny DS Mukuan. "Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square." *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)* 8.2 (2019): 113-120.
- Puspita, E. M., dan Budiarti, A. (2016). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan Vans Store Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 5: 1-16
- Rahma, W. S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *E-Impulse Buying* Mahasiswi Univeritas Negeri Padang pada Lazada. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1), 276-282.
- Rahmawati, A. (2018). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan Promosi Penjualan terhadap Emosi Positif dan Dampaknya terhadap Pembelian Impulsif dalam E-Commerce Berry Benka. Jakarta: UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Reni Suci Wahyuni, Harini Abrilia Setyawati. (2020) Pengaruh Sales Promotion, *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pada E-Commerce Shopee, (2) 1.
- Sopiyan, Pipih, and Neny Kusumadewi. "Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap *Impulse Buying*." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11.3 (2020): 207-216.
- Sucidha, Irma. "Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap *Impulse Buying* Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin." *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen* 3.1 (2019).



- Utami, B., 2017. Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, Volume 6, No 1.
- Vishella, Vishella, and Megawati Megawati. "Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Keragaman Produk, Dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada CV. Aladin Jaya Di Kota Palembang)." *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* 3.2 (2022): 210-216.
- Yahya, Eddy Syah, and Arie Indra Gunawan. "APAKAH ATRIBUT PRODUK COFFEE SHOP MAMPU MENDORONG MINAT PEMBELIAN?: STUDI KASUS PADA PEMBELIAN KOPI LOKAL." *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan* 9.2 (2021): 200-201.
- Zayusman, Fani, and Whyosi Septrizola. "Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang." *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha* 1.1 (2019): 360-368.

