

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID. [Http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/JAMIN](http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/JAMIN)
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA*, 5(2). [Http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/JIMB](http://Ejurnal.Ung.Ac.Id/Index.Php/JIMB)
- Alfiyah, M. T., & Prabowo, B. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee Di Kota Tuban.
- Alitani, M. B., & Alfianti, A. (2022). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia Impulsive Buying Berbelanja Online Pada Mahasiswi Ditinjau Dari Kecerdasan Emosional.
- Andriany, D., & Arda, M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millennial.
- Anggraeni, A. A., Noviandi, A., Putra, A. M., Sanjaya, V. F., Manajemen, P., Islam, B., Raden, U., & Lampung, I. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Positif. In *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI) ISSN (Vol. 1, Issue 2)*.
- Anggraini, D., Azman, H. A., Hasanah, N. F., Febrian, H., & Anwar, S. (2023). Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam).
- Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, J., Afif, M., Studi Manajemen, P., & Kertanegara Malang, S. (N.D.). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID. [Http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/JAMIN](http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/JAMIN)
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen.

- Ardyan, S. E., Mba Arifai Ilyas, S. E., Made Putri Ariasih, M., Si, S., Fadliyani Nawir, M., Ds Rina, M., Sovianti, S., & Ip, M. (2023). DIGITAL MARKETING (Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0) Penerbit. Wwww.Sonpedia.Com
- Ayu, P., Febrianty, T., Nyoman, N., & Yasa, K. (2020). The Effect Of The Store's Atmosphere, Emotional Shopping, And Shopping Lifestyle On Impulse Buying (Study On Miniso Retail Customers In Denpasar City). In American Journal Of Humanities And Social Sciences Research (Issue 11). Wwww.Ajhssr.Com
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/Khi.V12i1.10132>
- Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kontrol Diri, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Baju Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2017. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan, 1(8), 718–734. <https://doi.org/10.17977/Um066v1i82021p718-734>
- Duong, P. L., & Khuong, M. N. (2019). The Effect Of In-Store Marketing On Tourists' Positive Emotion And Impulse Buying Behavior – An Empirical Study In Ho Chi Minh City, Vietnam. International Journal Of Trade, Economics And Finance, 10(5), 119–125. <https://doi.org/10.18178/Ijtfef.2019.10.5.648>
- Febri, D. M., Sari, P., Ayu, I., & Pidada, I. (2019). Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Price Reduction Toward Impulse Buying Behavior In Shopping Center. <https://doi.org/10.31295/Ijtbem.V3n1.114>
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Tabur Pixy (Vol. 6, Issue 1).

- Ferdian Chan, G., Akhmad, I., & Tachta Hinggo, H. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. In *Economics, Accounting And Business Journal* (Vol. 2, Issue 1).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*.
- Hasan, M. R., Abidin Umar, Z., Yanto Niode, I., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Strategi Pemasaran Menggunakan Social Media Dan E-Money Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 345–355.
- Hazrini, N., Zahari, M., Nuraisyah, N., Azmi, N., Nur, W., Wan, I., Kamar-Bodian, A., & Othman, M. S. (2021). Impact Of Live Streaming On Social Media On Impulse Buying. In *Asian Journal Of Behavioural Sciences* (Vol. 3, Issue 1). [Http://Myjms.Mohe.Gov.My/Index.Php/Ajbs](http://Myjms.Mohe.Gov.My/Index.Php/Ajbs)
- Hikmah Perkasa, D., Solihin, A., Dhyan Parashakti, R., Bernadetha Stephani, S., Aprillita, D., Bisnis Dan Ilmu Sosial, E., & Dian Nusantara, U. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Undira Bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Semester Ii.
- Ika, N., Fitriyah, Z., & Candra Dewi, N. (2020). 45-106-1-SM.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan Pada Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Komala, C., Pascasarjana, M., Studi, P., Syari'ah Uin, E., Gunung, S., Bandung, D., Cimincrang, J., & Bandung, K. (2018). Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali. In *Jurnal* (Vol. 2, Issue 2).
- Korkmaz, S., & Seyhan, F. (2021). The Effect Of Social Media On Impulse Buying Behavior During The Covid 19 Pandemic. *International Journal Of Health Management And Tourism*. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.994064>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 (13th Ed.)*. Penerbit Erlangga.
- Lathiyfah Shanti Purnamasari. (2021). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying Pada Shopee.Co.Id (Studi Kasus Di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi)*.
- Leonilda Wona, M. N., Timuneno, T., & Fanggidae, A. H. (2021). *The Influence Of Marketing Mix On Purchase Decisions At Suci Bookstore Kupang*.
- Maghfiroh, A., Riptiono, S., Sekolah, M., Ilmu, T., Putra, E., & Kebumen, B. (2019). *Analisis Pengaruh Variety Of Selection Terhadap E-Impulse Buying Dengan Web Browsing Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kabupaten Kebumen)*. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (Vol. 1, Issue 1)*.
- Maley, N. M., Fanggidae, R. P., Kurniawati, M., Manajemen, P., Dan Bisnis, F., & Nusa Cendana Kupang, U. (2022). *The Effect Of Promotions, Prices, And Hedonic Shopping Motives On The Impulsive Buying Behavior Of Shopee Users (Study On Student FEB Undana)* Koresponden: A).
- Mariah, M., & Dara, S. R. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk, Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dan Dampaknya Terhadap Impulsive Buying Pada Sektor Umkm Kerajinan Tanah Liat Di Desa Wisata Gerabah Kasongan Yogyakarta*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 73. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V9i2.375>
- Patricia Felita, E. O., Tinggi, S., Komunikasi, I., Tarakanita, S., & Dosen, E. O. (2019). *Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa Stiks Tarakanita*. In *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis (Vol. 4, Issue 2)*.
- Purwati, S., Zunaida, D., & Krisdianto, D. (2022). *Pengaruh Promosi, Shopping Lifestyle, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Aster Kosmetik Di Kota Malang)*. In *Jiagabi (Vol. 11, Issue 1)*.

- Raga, H. E., Agung, A., Agung, P., Putu, N., & Anggraini, N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. 2(2).
- Rahayu, B., Putri, T., & Pt, S. (2017). Manajemen Pemasaran.
- Ratnasari, I., Indarwati, P., Suhartatik, S., Tinggi, I., Ekonomi, K., & Malang, I. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying. [Www.Superindo.Co.Id](http://www.Superindo.Co.Id)
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee Di Kabupaten Sleman). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.
- Rizki, M., Putra, M., Alimul, M., Albant, K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (N.D.). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life Style, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee.
- Sani, A., & Hafidah, A. (2020). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Makassar. In *Jurnal Ilmiah Ecosystem (Vol. 20)*.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Sekar, C. B. A., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Neraca Pengaruh Digital Marketing Terhadap Impulse Buying Pada Produk Camille Di Kalangan Remaja. [Http://Jurnal.Kolibi.Org/Index.Php/Neraca](http://Jurnal.Kolibi.Org/Index.Php/Neraca)
- Somantri, B., & Agustiani, V. (2021). *Jurnal Bab 2(5)*. 4.
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, D. R. N. (2020). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2022.

Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The Effect Of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle And Fashion Involvement With Impulse Buying. *International Journal Of Business Economics (IJBE)*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v2i1.5715>

Ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*.

Voramontri, D., & Klieb, L. (2019). Impact Of Social Media On Consumer Behaviour. In *Int. J. Information And Decision Sciences* (Vol. 11, Issue 3). <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Winda Larika, & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo.

Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan.

Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Sahputra, H. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu).