

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto. 2020. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 2(2): 34.
- Darma, Lizamary Angelina, and Edwin Japarianto. 2014. "Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra." 8(2): 80–89.
- Ernanda, Dimas. 2017. "Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6.
- Fallis, A.G. 2013. "Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industri Ekonomi Kreatif (Studi Pada UMKM Askha Jaya)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Jaya, Elisca Nurmela. 2017. Universitas Santa Darma Yogyakarta "Pengaruh Hedonic Motives, Presepsi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Kondumen."
- Kotler, Philip, Armstrong, and Gary. 2010. *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlanga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: Erlangga.
- . 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keti. Jakarta: Erlangga.
- Moniharapon, S., Sem Oroh, and Arthur Adilang. 2014. "Persepsi, Sikap, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(1): 561–70.
- Nurjanah, Sheila Fitria, Rini Rahayu Kurniati, and Daris Zunaida. 2019. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang)." *Jiagabi* 8(3): 154–62.
- Pasaribu, Lia Octaria et al. 2015. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap

- Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora.” *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora* 19(2): 159–70.
- Pradina, Adhita. 2018. “Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Kota Malang.” *Universitas Brawijaya Malang*.
- Pradipta, D., K. Hidayat, and S. Sunarti. 2016. “Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 34(1): 138–47.
- Rahmawati, Nurul Tri. 2018. “Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi.”
- Rahmi, Dwi Alfi, N Rachma, and M Rizal. 2016. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Mediasi Pada Pembeli Di Sardo Swalayan.” *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma*: 82–94.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 26th ed. Bandung: Alfabeta.
- Wardana, I Made. 2015. “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Denpasar.” 4(4): 832–48.