

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Novarianto, A. Fajar, Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019). PENGARUH POINT OF PURCHASE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA DI CARREFOUR TAMINI SQUARE. *Journal of Communication Studies*, Vol. 9(No. 2).
- Alba, J. W., dan E. F. W. (2012). Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol.2, 151–207.
- Anggreani Maydiana, D. D. dan S. S. A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Toko Belanja Online Shopee). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 3(1)(1), 36–51.
- Arista, K. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Karita Muslim Square Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis. Ejournal*.
- Arnold, M.J. and Reynolds, K. . (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journal Of Retailing*, Vol 79, 77–95.
- Asriningati, M., & Wijaksana, T. I. (2019). Pengaruh shopping lifestyle dan online store beliefs terhadap impulse buying pada lazada.co.id. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 9–18.  
<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1317473&val=617&title=PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN ONLINE STORE BELIEFS TERHADAP IMPULSE BUYING PADA LAZADACOID>
- Bayley, G. & Nancarrow, C. (1998). Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1(2), pp, 99–114.
- Cahyono, K. E. (2016). Pengaruh Hedonic Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping Life Style. *E-Jurnal Spirit Pro Patria*.  
<https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/patria/article/view/536>
- Chang. (2014). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involment Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5(No. 8), 5264 – 5273.
- Chusniasari, & Prijati. (2015). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen Pt.Matahari Departement Store Mega Mall Manado) the Effect of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Hedonic Sh. *1282 Jurnal EMBA*, 9(4), 1284.
- 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 Word Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No(2), 80–89. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.80-89>
- Edwin Japariato, & Sugiono Sugiharto. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan

- Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18388>
- Fajrin, A. (2022). *Analisis in-store factor terhadap impulse buying pada konsumen citrus departement store (studi pada mahasiswa manajemen universitas pakuan)*.
- Fitriani, D. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Store Atmosphere Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Carrefour Di Pontianak. *CCIT Journal*, 11(1), 26–37. <https://doi.org/10.33050/ccit.v11i1.556>
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174–180. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i2.1117>
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee\_ID. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048.
- I Made Willy Setiadi, I. G. K. W. (2015). Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Konsumen Fashion yang di Mediasi Positive Emotion di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 21.
- Katadata.co.id. (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/13/ini-wilayah-dengan-pertumbuhan-penjualan-eceran-tertinggi-pada-juni-2022>.
- Luthfiana, R. (2014). *Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Hedonic Shopping Motives Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online. Skripsi. Universitas Diponegoro*.
- Mahmudah, A. R. (2020). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA PENGUNJUNG RITA PASARAYA WONOSOBO (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 290–299. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>
- Nadiyahuzzuhroh, Widiana, M. E., & Istanti, E. (2017). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pelanggan Di Diana Accassories Store Surabaya*. X 3, 109–123.
- Nurcholish, G. (2017). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement, hedonic shopping value dan shop staff terhadap impulse buying behavior konsumen (Studi padakonsumen Outlet Biru Yogyakarta). *Purworejo: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo*.
- Pasaribu, L. C. D. (2015). Pengaruh hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada toko online: studi pada toko online Zalora. *Journal.Unpar.Ac.Id*, 19(2), 159. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/BinaEkonomi/article/view/1486>
- Prastia, F. E. (2013). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Behaviour Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(4), 1–6. <http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/424>

- prof. Dr. Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif* (edisi 2). ALFABETA.
- prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- prof.H. Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (edisi 9). UNDIP.
- Putu Siska Deviana, N. D., & Ayu KtGiantari, Ig. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Di Kota Denpasar*. 5(8), 5264–5273.
- Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today. *Journal of Marketing*, Vol. 26(4), 59–62.
- Sucidha, I. (2019). 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), 1–10. <https://doi.org/10.31602/atd.v3i1.1705>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen. Edisi pertama*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Szczepaniak, M. (2015). Fashion involvement and innovativeness, self-expression through fashion and impulsive buying as segmentation criteria: Identifying consumer profiles in the Turkish market. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 3(1), 1–14.
- Tuzzahra, M. N., & Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Zalora di Kota Medan. *Jurnal SALMAN (Sosial Dan Manajemen)*, 1(2), 31–42. <http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/index>
- Virvilaite. (2011). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA PENGUNJUNG RITA PASARAYA WONOSOBO (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, Vol. 1, No. 2. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>
- Wijaya, A. M., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Kasus Pembelian Hijab Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 000(Novemb), 124–135. <https://doi.org/10.1123/Ijsb.8.1.1>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisa SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*.
- Yuwinda, R., Ekonomi, F., & Tanjungpura, U. (2021). Pengaruh Visual Merchandising, Shopping Lifestyle, Dan Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen High Income. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi ...*, 12(November), 253–268. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/334%0Ahttp://jurnal.stiet>

[otalwin.ac.id/index.php/jimat/article/download/334/270](http://otalwin.ac.id/index.php/jimat/article/download/334/270)

- 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*, 1(1), 360–368.
- Zeb, H., Rashid, K., & Javeed, B. M. (2011). Influence of Brands on Female Consumer's Buying Behavior in Pakistan. *International Journal of Trade and Finance*, pp: 226-231.