

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto, P. (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. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>
- Aisyah, N., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.259>
- Ariffin, A. N., & Februadi, Agustinus C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1024–1032.
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Azizah, & Hapzi Ali. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motiva_si Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Jasa PO.Imi Fatma Sakti Travel Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari*.
- Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>
- Cahyani, H. H. (2021). nalisis pengaruh promosi digital, kepercayaan, dan kemudahan berbelanja melalui lokapasar (marketplace) terhadap perilaku konsumtif generasi y dimoderasi dengan variabel religiusitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 1–16.
- Engel, J. ., D.B, R., & Paul W.M. (1994). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1&2). Binarupa Aksara.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fernanda, M. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAYA TARIK IKLAN INTERNET, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3, 5.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role of Brand Image, Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research and Critics ...*, 1798–1808. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7734>
- Fitriyadin, E. (2015). *PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Pengguna Produk Elektronik di Purworejo)*. II, 1–15.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan penerbait - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Ghozali, I. (2018b). *Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.

- Haryanti, I., & Nurdin, H. (2021). Trend Fashion Fashion Trends And Hedonic Lifestyle Towards Purchase Decisions For Hijab Clothing In Bima City. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 124–135.
- Helena, O., dan N. E. (2011). *Opini Publik*. Indeks.
- Kasali, R. (2003). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*. Erlangga.
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran* (Jilid 1 (E). Indeks Kelompok Gramedia.
- Masluhah S, M. S., Sari, M. I., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, WOM, Komunitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Sukun Sedap Malam di Masa Pandemi di Dusun Setimbo Desa Jatibanteng kecamatan Jatibanteng Kabupaten Situbondo. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1323–1331. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.9480>
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>
- Mowen, John, C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109.
- Mustika, Wisaka. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 21, 1.
- Naeli, U. F. (2014). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Hijabers Community di Kota Malang*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novita., Soetjningsih, Christiana Hari. (2023). Hubungan Hedonism Lifestyle Dan Perilaku Impulsive Buying Produk Fashion Pada Mahasiswa Psikologi Universitas X. *Jurnal Inovasi Penelitian ISSN*, 3(11), 7897–7904.
- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Edisi Keti). Prenada media.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*.
- Putra, J. N. M. (2023). *Pengaruh Pelayanan, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Onde-Onde Buk Jaka*. x. <http://repository.unmuhjember.ac.id/16317/>
- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(3), 990–1001.
- Sahara. A. R, Dorothy R.H. Pandjaitan, & Ambarwati. D. A. S. (2023). Pengaruh Permintaan

- Terhadap Peluang Usaha Wedding Organizer Pada Kaum Millennial. *Journal Economics and Digital Business Review*, 4(2), 326–340.
- Salsabilah, R., Siti Komariah Hildayanti, & Shafiera Lazuardi. (2024). Pengaruh Frugal Living, Harga dan E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2305>
- Sari, Dyah Kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1, Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1, Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Setiawati, R., Utami, S., & Rochani, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol 1(2), 285.
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.
- Sugiyono. (2019). *No Title Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Susianto, H. (1993). *Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenalinya Anak Muda*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung, . . (2020). the Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 90–99.
- Vivian, S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. 12(1).
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. Agora (pp. 1–8).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTTONSCARVES. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zahra, F., & Saryadi, S. (2017). Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 1–13.
- Zuldafril. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Yuma Pustaka.
- Afif, M., & Purwanto, P. (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. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>
- Aisyah, N., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.259>
- Ariffin, A. N., & Februadi, Agustinus C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth,

- Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1024–1032.
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Azizah, & Hapzi Ali. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motiva_si Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Jasa PO.Imi Fatma Sakti Travel Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari*.
- Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>
- Cahyani, H. H. (2021). nalisis pengaruh promosi digital, kepercayaan, dan kemudahan berbelanja melalui lokapasar (marketplace) terhadap perilaku konsumtif generasi y dimoderasi dengan variabel religiusitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.*, 9(2), 1–16.
- Engel, J. ., D.B, R., & Paul W.M. (1994). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1&2). Binarupa Aksara.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fernanda, M. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAYA TARIK IKLAN INTERNET, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3, 5.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role of Brand Image, Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research and Critics ...*, 1798–1808. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7734>
- Fitriyadin, E. (2015). *PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Pengguna Produk Elektronik di Purworejo)*. II, 1–15.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan penerbait - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Ghozali, I. (2018b). *Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Haryanti, I., & Nurdin, H. (2021). Trend Fashion Fashion Trends And Hedonic Lifestyle Towards Purchase Decisions For Hijab Clothing In Bima City. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 124–135.
- Helena, O., dan N. E. (2011). *Opini Publik*. Indeks.
- Kasali, R. (2003). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*. Erlangga.
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam

- Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran* (Jilid 1 (E). Indeks Kelompok Gramedia.
- Masluhah S, M. S., Sari, M. I., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, WOM, Komunitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Sukun Sedap Malam di Masa Pandemi di Dusun Setimbo Desa Jatibanteng kecamatan Jatibanteng Kabupaten Situbondo. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1323–1331. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.9480>
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>
- Mowen, John, C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109.
- Mustika, Wisaka. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace. *PRIMANOMICS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 21, 1.
- Naeli, U. F. (2014). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Hijabers Community di Kota Malang*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novita., Soetjiningsih, Christiana Hari. (2023). Hubungan Hedonism Lifestyle Dan Perilaku Impulsive Buying Produk Fashion Pada Mahasiswa Psikologi Universitas X. *Jurnal Inovasi Penelitian ISSN*, 3(11), 7897–7904.
- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Edisi Keti). Prenada media.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*.
- Putra, J. N. M. (2023). *Pengaruh Pelayanan, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Onda-Onda Buk Jaka*. x. <http://repository.unmuhjember.ac.id/16317/>
- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(3), 990–1001.
- Sahara. A. R, Dorothy R.H. Pandjaitan, & Ambarwati. D. A. S. (2023). Pengaruh Permintaan Terhadap Peluang Usaha Wedding Organizer Pada Kaum Millennial. *Journal Economics and Digital Business Review*, 4(2), 326–340.
- Salsabilah, R., Siti Komariah Hildayanti, & Shafiera Lazuardi. (2024). Pengaruh Frugal Living, Harga dan E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2305>
- Sari, dyah kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1 , Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Setiawati, R., Utami, S., & Rochani, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol 1(2), 285.
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.
- Sugiyono. (2019). *No Title Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Susianto, H. (1993). *Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenalinya Kebutuhan Anak Muda*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung, . . (2020). the Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 90–99.
- Vivian, S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. 12(1).
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. Agora (pp. 1–8).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTTONSCARVES. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zahra, F., & Saryadi, S. (2017). Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 1–13.
- Zuldafril. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Yuma Pustaka.
- Afif, M., & Purwanto, P. (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. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>
- Aisyah, N., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.259>
- Ariffin, A. N., & Februadi, Agustinus C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1024–1032.
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Azizah, & Hapzi Ali. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Jasa PO.Imi Fatma Sakti Travel Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari*.
- Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif

- Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>
- Cahyani, H. H. (2021). Analisis pengaruh promosi digital, kepercayaan, dan kemudahan berbelanja melalui lokapasar (marketplace) terhadap perilaku konsumtif generasi y dimoderasi dengan variabel religiusitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 1–16.
- Engel, J. ., D.B, R., & Paul W.M. (1994). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1&2). Binarupa Aksara.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fernanda, M. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAYA TARIK IKLAN INTERNET, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3, 5.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role of Brand Image, Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research and Critics ...*, 1798–1808. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7734>
- Fitriyadin, E. (2015). *PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Pengguna Produk Elektronik di Purworejo)*. II, 1–15.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Ghozali, I. (2018b). *Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Haryanti, I., & Nurdin, H. (2021). Trend Fashion Fashion Trends And Hedonic Lifestyle Towards Purchase Decisions For Hijab Clothing In Bima City. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 124–135.
- Helena, O., dan N. E. (2011). *Opini Publik*. Indeks.
- Kasali, R. (2003). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*. Erlangga.
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran* (Jilid 1 (E)). Indeks Kelompok Gramedia.
- Masluhah S, M. S., Sari, M. I., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, WOM, Komunitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Sukun Sedap Malam di Masa Pandemi di Dusun Setimbo Desa Jatibanteng kecamatan Jatibanteng Kabupaten Situbondo. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1323–1331. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.9480>
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>

- Mowen, John, C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109.
- Mustika, Wisaka. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 21, 1.
- Naeli, U. F. (2014). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Hijabers Community di Kota Malang*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novita., Soetjningsih, Christiana Hari. (2023). Hubungan Hedonism Lifestyle Dan Perilaku Impulsive Buying Produk Fashion Pada Mahasiswa Psikologi Universitas X. *Jurnal Inovasi Penelitian ISSN*, 3(11), 7897–7904.
- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Edisi Keti). Prenada media.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*.
- Putra, J. N. M. (2023). *Pengaruh Pelayanan, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Onde-Onde Buk Jaka*. x. <http://repository.unmuhjember.ac.id/16317/>
- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(3), 990–1001.
- Sahara. A. R, Dorothy R.H. Pandjaitan, & Ambarwati. D. A. S. (2023). Pengaruh Permintaan Terhadap Peluang Usaha Wedding Organizer Pada Kaum Millennial. *Journal Economics and Digital Business Review*, 4(2), 326–340.
- Salsabilah, R., Siti Komariah Hildayanti, & Shafiera Lazuarni. (2024). Pengaruh Frugal Living, Harga dan E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2305>
- Sari, dyah kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1 , Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Setiawati, R., Utami, S., & Rochani, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol 1(2), 285.
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.
- Sugiyono. (2019). *No Title Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Susianto, H. (1993). *Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenali Kebutuhan Anak Muda*.

- Gramedia Pustaka Utama.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung, . . (2020). the Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 90–99.
- Vivian, S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. 12(1).
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. *Agora* (pp. 1–8).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTTONSCARVES. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zahra, F., & Saryadi, S. (2017). Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 1–13.
- Zuldafril. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Yuma Pustaka.
- Afif, M., & Purwanto, P. (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. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>
- Aisyah, N., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.259>
- Ariffin, A. N., & Februadi, Agustinus C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1024–1032.
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Azizah, & Hapzi Ali. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motiva_si Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Jasa PO.Imi Fatma Sakti Travel Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari*.
- Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>
- Cahyani, H. H. (2021). nalisis pengaruh promosi digital, kepercayaan, dan kemudahan berbelanja melalui lokapasar (marketplace) terhadap perilaku konsumtif generasi y dimoderasi dengan variabel religiusitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.*, 9(2), 1–16.
- Engel, J. ., D.B, R., & Paul W.M. (1994). *Perilaku Konsumen* (Jilid 1&2). Binarupa Aksara.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fernanda, M. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAYA TARIK IKLAN INTERNET, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF.

- JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3, 5.
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role of Brand Image, Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research and Critics ...*, 1798–1808. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7734>
- Fitriyadin, E. (2015). *PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Pengguna Produk Elektronik di Purworejo)*. II, 1–15.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Ghozali, I. (2018b). *Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Haryanti, I., & Nurdin, H. (2021). Trend Fashion Fashion Trends And Hedonic Lifestyle Towards Purchase Decisions For Hijab Clothing In Bima City. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(2), 124–135.
- Helena, O., dan N. E. (2011). *Opini Publik*. Indeks.
- Kasali, R. (2003). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*. Erlangga.
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran* (Jilid 1 (E)). Indeks Kelompok Gramedia.
- Masluhah S, M. S., Sari, M. I., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, WOM, Komunitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Keripik Sukun Sedap Malam di Masa Pandemi di Dusun Setimbo Desa Jatibanteng kecamatan Jatibanteng Kabupaten Situbondo. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1323–1331. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.9480>
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>
- Mowen, John, C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi ke-5). Erlangga.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109.
- Mustika, Wisaka. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 21, 1.
- Naeli, U. F. (2014). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Hijabers Community di Kota Malang*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Novita., Soetjiningsih, Christiana Hari. (2023). Hubungan Hedonism Lifestyle Dan Perilaku

- Impulsive Buying Produk Fashion Pada Mahasiswa Psikologi Universitas X. *Jurnal Inovasi Penelitian ISSN*, 3(11), 7897–7904.
- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Edisi Keti). Prenada media.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*.
- Putra, J. N. M. (2023). *Pengaruh Pelayanan, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Onde-Onde Buk Jaka*. x. <http://repository.unmuhjember.ac.id/16317/>
- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(3), 990–1001.
- Sahara. A. R, Dorothy R.H. Pandjaitan, & Ambarwati. D. A. S. (2023). Pengaruh Permintaan Terhadap Peluang Usaha Wedding Organizer Pada Kaum Millennial. *Journal Economics and Digital Business Review*, 4(2), 326–340.
- Salsabilah, R., Siti Komariah Hildayanti, & Shafiera Lazuardi. (2024). Pengaruh Frugal Living, Harga dan E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2305>
- Sari, dyah kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1 , Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Setiawati, R., Utami, S., & Rochani, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol 1(2), 285.
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.
- Sugiyono. (2019). *No Title Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Susianto, H. (1993). *Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenal Kebutuhan Anak Muda*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung, . . (2020). the Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 90–99.
- Vivian, S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. 12(1).
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. Agora (pp. 1–8).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTTONSCARVES. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.

Zahra, F., & Saryadi, S. (2017). Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 1–13.

Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Yuma Pustaka.

