

## DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan*, 2(7), 553–569.
- Amtai alasan, S.IP., M. S. (2017). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Issue 1).  
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>  
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>  
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>  
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
- Anggraeni, M., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh motivasi belanja hedonis dan fashion involvement terhadap pembelian impulsif. *AKUNTABEL*, 18(3), 490–497.
- Apriliani, D., Arimbawa, I. G., & Wulandari, A. (2020). How Youtube Beauty Vlogger Review, Self Congruity and Price Perception Influence Impulse Buying and the Impact On Repurchase Intention (Case Study at Teenager Users of Emina Cosmetics In Surabaya).
- Arij, F. N., & Suwitho, S. (2021). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee. Co. Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(6).
- Arwin, A., & Syahputra, M. F. (2023). Analisis Hedonic Shopping, Lifestyle Shopping dan E- Impulse Buying Bagi Pengguna Platform Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 273–282.
- Badri, J., Indah, Z., & Johan, H. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pengunjung Transmart Padang. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 934–946.
- Buying melalui Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Ciputra Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 66–77.
- Ernawati, S. (2024). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Produk Khas Bima Di
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 1– 14.
- Febrian, D. (2024). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pelanggan Toko Quiksilver SKA Pekanbaru. *Jurnal*

- Galeri Mutmainah. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 78–90.
- Ghani, Usman and Farzand Ali Jan. (2011). An Exploratory Study of *Impulse Buying Behaviour* of Urban Consumers in Peshawar. International Conference on Business and Economics Research. Vol.1.
- Ghazali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8. *Badan Penerbit Undip: Semarang*.
- Grace, D., & O'Cass, A. (2005). Pencitraan merek jasa: keputusan konsumen terhadap merek jasa.
- Hasanah, M. N., & Widiartanto, W. (2018). Pengaruh in Store Promotion, Store Atmosphere, Emosi Positif Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Robinson Departement Store Mal Ciputra Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 66–77. Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Ritel Modern Di Kota Batam. *Journal*
- Hirschman, E. C. (1982). Religious differences in cognitions regarding novelty seeking and information transfer. *Advances in Consumer Research*, 9(1). *Informatika*, 9(2), 62–69.
- Japarianto, E., dan Sugiharto, S., (2013), Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan Fashion Involvement terhadap *Impulse Buying Behavior* masyarakat High Income Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1.
- Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182-191.
- Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 4(1), 7488. *Jurnal Ritel dan Jasa Konsumen* , 12 (2), 125-139.
- Kotler, P., (2008), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller K.L., (2008), *Perilaku Konsumen*, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Kusumandaru, I. (2017). —Peran Persepsi Dukungan Organisasi Terhadap Work Engagement Pada Karyawan Rumah Sakit Islam Klaten. *e-Jurnal Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia*.
- Lutfiani, I., Farisi, H., & Yuliana, A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Visual Merchandising, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Industri Retail Tiongkok di Indonesia.
- 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>
- Mowen, J., dan Minor, S., (2002), *Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Upper Saddle River,

- NJ. Mulyana, A. E., & NI, A. P. (2020). Pengaruh Promosi, Atmosfer Toko, Dan Motivasi Belanja
- Mulyana, A. E., & N.I, A. P. (2020). Pengaruh Promosi, Atmosfer Toko, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Ritel Modern Di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 4(1), 18–22. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i1.1938>
- Narawati, P. C., & Rachman, A. (2024). Pengaruh Influencer, Hedonic Shopping Motive, Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tiktok Shop Di Jabodetabek. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(1), 119–132.
- Natalie A., A., & Japariato, E. (2019). Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Value Di H&M Store Pakuwon Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 40–46. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.40-46>
- Nugroho, S., Rostiani, R., & Gitosudarmo, I. (2014). The impacts of country-of-origin, product involvement, and product familiarity on product evaluation. *Product Involvement, and Product Familiarity on Product Evaluation (May 24, 2014)*.
- Nurcholidah, L., & Harsono, M. (2021). Kajian fintech dalam konsep behaviouristik. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 66-71.
- Nurmasarie, R., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 528–540 of *Applied Business Administration*, 4(1), 18-22.
- Paul, J Peter dan Olson, Jerry C, 2014, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta. *Pendidikan Tambusai*, 8(1).
- 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>
- Peter, J.P., dan Olson, J.C., (2000), *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Purnama, I. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Kota Bima (Studi Kasus Pada Penggemar Hijab Umama). *Journal of Creative Student Research*, 1(5), 172–186.
- Purnasari, A. C., & Rastini, N. M. (2018). Peran kenikmatan berbelanja dalam memediasi kepribadian terhadap impulsive buying. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 329–342. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(1), 33–43.
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Ratnasari, V. A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse Buying ( Survei Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1), 1—5

- Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182–191. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.530> Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182–191. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.530>
- Sari, A. P. (2020). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen sebagai Konsumen Pembelian Fashion Online di Instagram)*. Universitas Putra Bangsa.
- Setiadi, I. M. W., & Warmika, I. G. K. (2015). *Pengaruh Fashion involvement terhadap impulse buying konsumen fashion yang dimediasi positive emotion di kota Denpasar*. Udayana University.
- Siahaan, A. A., & Pasaribu, R. M. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dikalangan Generasi Z Di Kota Medan. *Journal Business and Management*, 1(1), 54–64.
- Styowati, C. Y., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Sociolla di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1353–1361.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Susanti, D. N., & Sari, A. P. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ghalia=].
- Tendai, Mariri dan Crispin, Chipunza. 2009. —In-store environment and impulsive buying, *African Journal of Marketing Management*, Vol. 1(4).
- Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle , Fashion Involvement dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita di MTC Manado. *Pengaruh Shopping..... 1638 Jurnal EMBA*, 6(3), 1638–1647.
- Utami, O. R., & Rastini, N. M., (2015). Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko Pada *Impulse Buying* Di Hypermart Mal. *EJurnal Manajemen Unud* Vol 4, 1229-1237.
- Yuhanda, R. A., Indayani, L., & Sari, D. K. (2021). Analysis of Hedonic *Shopping Value*, Fashion Involvement on *Impulse Buying* with *Shopping Lifestyle* and Positive Emotion as Intervening Variables in Malls. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 14, 10- 21070.
- Yulisya Salsabila Putri, S., Sumowo, S., & Fatimah, F. (2024). The Effect Of Lifestyle, Involvement In Fashion And Promotion On Consumer Impulsive Behavior At Tuku2 Store Jember Women's Fashion Store. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 6 (4) 2024, hal 703-714. <http://dx.doi.org/10.31000/combis.v6i2>