

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi & Hatarti. (2017). *Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri*. Gadjah Mada Journal Of Psychology, Vol 3 No 3. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <https://media.neliti.com/media/publications/277169-none-3f9b55e8.pdf>
- Ainun. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo*. Journal Of Economic, Busines and Engineering Vol 1 No 2. Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 Pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/1224>
- Angela & Japarianto. (2019). *Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Value di H & M Store Pakuwon Mall Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 13 No 1. Diakses pada tanggal 02 Januari 2021 Pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/21587>
- Anggun & Suharyono. (2017). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 47 No 2. Diakses pada tanggal 02 Februari 2021 Pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1853>
- Ardian. (2014). *Pengaruh Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, dan Positive Emotion Terhadap Fashion-Oriented Impulse Buying Kalangan Remaja di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol 3 No 2. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1453>
- Astri & Farah. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi pada Masyarakat Kota Bandung)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume VIII No. 1. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam [www.ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/](http://www.ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/)
- Astri, dkk. (2019). *Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Behaviour Pada Produk Sophie Paris*. Jurnal Sain Manajemen Vol 1 No 1. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/82>
- Deviana & Gusti. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Terhadap impulse buying behavior Masyarakat Di Denpasar* E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.8, tanggal 31 Mei 2021. Dimuat Dalam <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/21507>

- Elleinda, Yulia. (2016). *Pengaruh Fashiom Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya dengan Hedonic Shopping Motivation dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 10 No 1. Diakses pada tanggal 20 Maret 2021 Pukul 15.00 WIB. Dimuat dalam <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19769>
- Felita & Elsie. (2019). *Pengaruh Sales promotion Shoppi Indonesia Terhadap Impulsive buying, Konsumen Studi Kasus Impluse Buying Pada Mahasiswa Stikes Tarakanita*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis. Volume 4 – Nomor 2 – April 2019. Diakses pada tanggal 20 maret 2021. Dimuat Dalam <http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/229>
- Febriani & Purwanto. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. JMD: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara Vol 2 No 2. Diakses pada tanggal 30 Mei 2021. Dimuat dalam [https://www.researchgate.net/publication/334149321\\_Pengaruh\\_Shopping\\_Lifestyle\\_Dan\\_Fashion\\_Involvement\\_Terhadap\\_Impulse\\_Buying\\_Pada\\_Konsumen\\_Hijab\\_Butik\\_Rabbani\\_Jombang](https://www.researchgate.net/publication/334149321_Pengaruh_Shopping_Lifestyle_Dan_Fashion_Involvement_Terhadap_Impulse_Buying_Pada_Konsumen_Hijab_Butik_Rabbani_Jombang)
- Fani & Septrizola. (2019). *Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Vol 1 No 1. Diakses pada tanggal 10 Januari 2020 pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/viewFile/5529/2855>
- Florensia, dkk. (2019). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 8 No 2. Diakses pada tanggal 15 januari 2020 pukul 12.00 WIB. Dimuat dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23627/0>
- Herawati & Ratih. (2017). *Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impluse Buying suatu survy Terhadap Konsumen Metro Dallas Bandung*. Jurnal manajemen volume.3 No.2 2017. Diakses pada tanggal 16 januari 2020. Dimuat dalam <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/8521>
- Hidayat & Inggit. (2018). *Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Poleteknik Negri Batam*. Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 2, September 2018, hlm. 174-180. Dimuat dalam <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/1117>
- Indraswari & Martono. (2016). *Pengaruh Promosi Terhadap Impluse Buying Dengan Gender Sebagai Seabagain Variabel Dummy*. Management

Analysis Journal Vol 5 No.2 (2016). Diakses Pada Tanggal 31 Desember 2019. Dimuat Dalam

- I Gusti & Novarini. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol 3 No 2. Diakses pada tanggal 02 januari 2020 pukul 09.00 WIB. Dimuat dalam <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2138>
- I Km, dkk. (2015). *Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Vol 4 No 6. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019 Pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/11582>
- I Made & I Gede. (2015). *Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Konsumen Fashion yang Dimediasi positive Emotion Di Kota Denpasar*. E-jurnal Manajemen Vol 4 No 6. Diakses pada tanggal 11 Januari 2020 Pukul 11.00 WIB. Dimuat dalam <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/12407>
- Imbayani. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestle Fashion Involement Dan Positif Emotion Terhadap Impluse Buying*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis ISSN: 2528-1208 (print), ISSN: 2528-2077 (online) Volume 3, No. 2, Desember 2018. Diakses Pada tanggal 11 Januari 2020. Dimuat dalam <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2138>
- Kwan. (2016). *Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying dengan Postivie Emotion sebagai variabel intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 10, No. 1, April 2016 Diakses Pada tanggal 12 januari 2020 Dimuat Dalam <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19771>
- Kotler dan Keller. (2016). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Setudi Kasus di Bliibli.Com)*. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Volume 10, Nomor 1, Maret 2020 Diakses Pada Tanggal 12 april 2020 Dimuat Dalam <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/718>
- Kadek & Gede. (2015). *Peran Motivasi Hedonis Memediasi Pengaruh Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <https://www.e-jurnal.com/2016/03/peran-motivasi-hedonis-memediasi.html>
- Mahmudan. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita*

*Pasaraya Wonosobo*. Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol. 1, No. 2, April 2020. Dakses Pada Tanggal 31 Desember 2020. Dimuat dalam <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/1224>

Natalie & Edwin. (2019). *Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying melalui Hedonic Value Yang Dilakukan Oleh Konsumen Fashion di H & M Store Pakuwon Mall Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 13, No. 1, April 2019, 40–46. Diakses pada tanggal 31 Desember 2020. Dimuat dalam <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/21587>

Okky, Gunawan. (2016). *Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 10 No 1. Diakses pada tanggal 07 juni 2020 Pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19771>

Patricia, Felita. (2019). *Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia terhadap impulsive buying Konsumen studi kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKES Tarakanita*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Vol 4 No 2. Diakses pada tanggal 05 Maret 2021 Pukul 09.00 WIB. Dimuat dalam <http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/229>

Poluan, dkk. (2019). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 8 No 2. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam [http://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/5802?issue=%20Vol%208,%20No%202%20\(2019\):%20Jurnal%20Administrasi%20Bisnis](http://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/5802?issue=%20Vol%208,%20No%202%20(2019):%20Jurnal%20Administrasi%20Bisnis)

Pricylia & Jane. (2016). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Service Scape Terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol 16 No 4. Diakses pada tanggal 07 juni 2020 Pukul 09.00 WIB. Dimuat dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/13635>

Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta

Putu & I Putu. (2019). *Peran Shopping Enjoyment Memediasi Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Impulse Buying*. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 6. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i06.p17>

Ria & Wahyu. (2021). *Perilaku Impluse Buying Di Masa Pandemi*. Jurnal Pemikiran Dan Penellitian Sosial Vol 5, No 1 (2020). Diakses pada tanggal

- Rachmawati & Desianty. 2018. *Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 11 No 2. Diakses pada tanggal 02 Januari 2021 pukul 17.00 WIB. Dimuat dalam <https://journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/article/view/701>
- Raihanah, dkk. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atsmosphere dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan*. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. Diakses pada tanggal 05 Januari 2021 Pukul 08.00 WIB. Dimuat dalam <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/article/view/9089>
- Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen -Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Shintia dan Nuri. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. JMD: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara Vol 2 No 2. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/372>
- Sholihah, dkk. (2017). *Pengaruh Shopping LifeStyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying di Malang Town Square, dan Mall Olympic Garden*. E-journal Riset Manajemen. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/427>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi)*. Alfabeta. Bandung.
- Septil & Eka. (2017). *Impluse Buying Pada Mahasiswa Banda Aceh*. Psikoislamedia Jurnal Psikologi Volume 2 Nomor 2. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislam/article/view/2449/2044>
- Serliani. (2019). *Peranan Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Produk Sophie Paris*. Diakses pada tanggal 3 Mei 2021. Diakses dalam [http://digilib.ars.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=5669&keywords](http://digilib.ars.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5669&keywords)

- Tryanti & Rahmat. (2018). *Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. Journal of Applied Bisnis Administration Vol 2 No 2 ISSN-2548-9909. Diakses pada tanggal 5 Januari 2021 pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/1117>
- Umboh & Lisbeth (2018). *Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement, sales promotion, Terhadap impulse buying behavior Konsumen Wanita Di Mtc Manad*. Jurnal EMBA Diakses pada tanggal 5 januari 2021. Dimuat dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20373>
- Wahyuni & Indira. (2018). *Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 11, No 2, Agustus 2018, Hal. 59-65. Diakses pada tanggal 31 Mei 2021. Dimuat dalam <https://journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/article/view/701>
- Widia & Whyosi. (2019). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Vol 01 No 01. Diakses pada tanggal 08 Januari 2021 Pukul 10.00 WIB. Dimuat dalam <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/5520>
- Zahara. (2019). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying konsumen*. [ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB](http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB). Diakses Pada Tanggal 09 januari 2021. Dimuat Dalam <http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/46>
- Zefanya, dkk. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Wanita Di MTC Manado*. Jurnal EMBA Vol 6 No 3 ISSN 2303-1174. Diakses pada tanggal 31 Desember 2019. Dimuat dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20373>