

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII: Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017 [Internet]. Tersedia dalam: <https://www.apji.or.id>
- Bayu, Dimas. 2021. 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar pda Kuartal IV 2020. Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>
- Cahyono. 2016. **Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic dan Utilitarian Value Terhadap *Impulse buying***. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* – Volume 20, Nomor 2, Juni 2016: 188 – 208
- Ghozali, Imam. 2016. **Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)**. Cetakan ke VII.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartika. 2017. **Pengaruh Adventure shopping, Value Shopping dan Idea Shopping Terhadap *Impulse buying* Pada Konsumen Online Shop Instagram di Samarinda.**
- Kewirausahaan, 12, pp.76-85. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17991>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller. 2016. **Marketing Management**. 15e. Jakarta: Global Edition
- Laksana, Kadek. 2015. **Peran Motivasi Hedonis Memediasi Pengaruh Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online**. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 6, 2015: 1661-1675.
- Maqhfiroh, Lailatul. 2019. **The Role of Time Availability in Moderating Hedonic Shopping Motivation Toward *Impulse buying* of Consumer Online at Harbolnas's Event**. *Management Analysis Journal* 8 (2) (2019). ISSN: 2252-6552.
- Mulianingsih, Defi. 2019. **Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Di Online Shop**. (JAB) Vol. 66 No. 1 Januari 2019.

- Natalie A, Angela. 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, APRIL2019: 40–46
- Nugroho, Bagus. 2018. **Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif *Online* Pada Situs Marketplace Tokopedia.** Volume 7, Nomor 4, Tahun 2018, Halaman 1-11 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (*Online*)
- Poluan, Florensia Jovita .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, 2019 (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X)
- Pratama, Riyan. 2017. **Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Starbucks Coffee.** Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 7 No. 1 November 2017. ISSN: 2089-3477
- Priansa. 2017. **Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.** Bandung: Alfabeta.
- Prawiro, M. 2020. **Pengertian Hedonisme dalam Sosiologi, Penyebab, Dampak dan Ciri-Ciri Hedonisme.** Sumber: <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-hedonisme.html>
- Purnomo, Hery. 2018. **Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap *Impulse buying* Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri.** Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 2, Nomor 1 Hal 68-88 DOI: <http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v2i1.719>
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. **Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS.** Ponorogo: CV. WADE GROUP
- Romindo. 2019. **E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya.** Medan: Kita Menulis
- Shciffman, L. Dan L. L. Kanuk. 2008. **Perilaku Konsumen.** Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Sari, N. Y. 2020. ***The Effect of Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping. Motivation and Sales Promotion on Impulse buying Behavior in E-Commerce (Case Study of Berrybenka Consumer).*** Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Volume 25 No 1. April 2020 Doi.org/10.35670/eb.2020.v25il.2343.

- Sugiyono. 2018. **Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Buku Press
- Suliyanto, 2018. **Metode Penelitian Bisnis untuk skripsi, tesis, dan disertasi**. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usvita, Mega. 2015. **Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap *Impulse buying* Pada Plaza Andalas Padang**. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 4, Nomor 1, Januari 2016: 71 - 75
- Wahyuni. 2018. **Hedonic Shopping Motivation Terhadap *Impulse buying* Pada Konsumen Tokopedia**. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 11, No 2, Agustus 2018, Hal 59-65.
- Widagdo, B. 2020. **Hedonic Shopping, Motivation and *Impulse buying*: The Effect of Website Quality on Consumer Satisfaction**. Journal of Asian Finance, Economics and Business *Vol 8 No 1 (2021) 395-405* ISSN:2288-4637 doi: 10.13106/jafeb.2021.vol 8 nol.395.
- Zurit, Rinny Apriyanti. 2016. **Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap *Impulse buying* Pada Toko Online (Studi Pada Konsumen Mataharimall.com)**. e-Proceeding of Management: Vol.3, No.3 December 2016 | Page 2688. ISSN: 2355-9357.