

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, H.M. 2020. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Produk Online Menurut Ekonomi Syariah. *Journal of Economic, Business and Accounting* 3 (2):2597-5234.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ari, S. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Anin, A. 2008. Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*. 35 (2):181-193.
- Amanah, D. dan S. P. Pelawi. 2015. Pengaruh Promosi Penjualan dan Belanja Hedonis Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*. 3 (2).
- Alimudin W., N. Rachma dan F. Rahman. 2020. Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9 (10).
- Basu, S. dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Chusniasari. dan Prijati. 2015. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4 (12).
- Dewantoro, A., N. Rachma dan M. Rizal. 2020. Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Lazada.Co.Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen* 9 (8):1-16.
- Dinawan, M.R. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT. Harpindo Jaya Semarang). *Tesis Ekonomi S-2 Universitas Diponegor, Semarang*:36.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Darma, L., Angelina dan E. Japrianto. 2014. Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotions Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8 (2):1-10.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2 Cetakan 6. Yogyakarta: BPFE.
- Hikmah. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam. *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1 (2):173-179.
- Hidayat, S., Akhirman dan L. Suprihartini. 2018. Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Tak Terencana Buccheri Cabang Tanjung Pinang.
- Hatane, S. 2006. Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 8 (2):101-115.
- Japrianto, E. dan S. Sugiharto. 2011. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 6 (1):32-41.
- Jauhari, M. 2017. Pengaruh Promosi, Diskon, Merek, Store Atmosphere dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Yogyakarta : Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- _____. dan G. Amstrong. 2014. *Principle of Marketing*. New Jersey. 15th Edition, Pearson Prentice Hall.
- _____. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 1 Jilid 9. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2015. *Marketing an Introducing*. Pearson. 12th Edition. England: Pearson Education.
- _____. dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education.
- Miranda, Y.C. 2016. Kajian Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Journal of Management* 10 (1):63-76.

- Mowen, J. C. 2008. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Terhadap Buying Behavior Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4 (12).
- Park, H. dan P. Sullivan. 2009. *Market Segmentation With Respect to University Students Clothing Benefits Sought. International Journal of Retail and Distribution Management* 37 (2):182-201.
- Prastia, F.E. 2013. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Behavior Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 2 (4).
- Rismaya, S. 2018. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Behavior.
- Stanton, W.J. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Umboh, Z., L. Mannake dan R. Samadi. 2018. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita di MTC Manado. *Jurnal Emba* 6 (3):1638-1647.
- Utami. dan C. Whidya. 2010. *Manajemen Ritel*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.