

DAFTAR PUSTAKA

- Al Maidah, E., dan D. K. Sari. 2022. Pengaruh Price Discount, Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pengguna Brand Erigo Apparel di Sidoarjo. *BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal* 19(2): 165.
- Andriyanto, D. S., Suyadi, I., dan D. Fanani. 2016. Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 31(1): 42-49.
- Anggreani, D. D. M., dan S. S. Athanasius. 2020. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Perilaku Hedonik terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Toko Belanja Online Shopee). *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan* 3(1): 36–51.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Cahyono, K. E. 2019. Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping Life Style Pada Industri Kulit Sidoarjo. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 16(2): 161–177.
- Desty, I. D., Wijayanto, H., dan T. Purwaningrum. 2022. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pembelian Hijab Merek Rabbani Di Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo Pada Masa Pandemi. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo* 2(2): 331–343.
- Erigo Store. Erigo Official Store - Fashion & Lifestyle. <https://erigostore.co.id/>. 20 Februari 2025 (17:35).
- Faizah, N. E. 2024. Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z Pengguna E-Commerce Shopee. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan. Tanjungpinang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- GoodStats. 2023. Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia. <https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg>. 28 Oktober 2024 (18:27).
- Hidayat, R., dan I. K. Tryanti. 2018. Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration* 2(2): 174–180.
- Hinggo, H. T., dan D. Febrian. 2023. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pelanggan Toko Quiksilver SKA Pekanbaru. *Journal Pendidikan Tambusai* 7(3): 32573-32583.
- Japarianto, 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.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Bennyamin Molan. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kumparan. 2021. Perjalanan Brand Lokal Erigo: Dari Depok Kini Muncul di New York. <https://kumparan.com/millennial/perjalanan-brand-lokal-erigo-yang-awalnya-dari-depok-kini-muncul-di-new-york-1vRmLSMQ23Q/full>. 20 Februari 2025 (19:00).
- Luvita, S. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Erigo Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh). *SI Thesis*, Universitas Malikussaleh. Aceh.
- Mardhiyah, R. S. 2021. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Perempuan E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto). *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.Surabaya.
- Millah, K. A., Arumsari, N. R., dan M. A. Alifiana. 2024. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying pada Pelanggan TikTok Shop (Studi Kasus pada Remaja Kudus). *Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB)* 1-4(2): 105-152.
- Oktapiani, S., dan H. Aldiansyah. 2022. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Masyarakat Kecamatan Sumbawa Pengguna Aplikasi Shopee. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 6(2): 614-624.

- Padmasari, D., dan W. Widyastuti. 2022. Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(1): 123–135.
- Pangerapan, S. A., Permadi, D., dan V. Rahyaputra. (Eds.). 2018. *Strategi Kewirausahaan Digital: Sebuah Panduan untuk UMKM, Startup, dan E-Commerce*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Jakarta.
- Pebrianti, W., dan R. Yuwinda. 2021. Pengaruh Visual Merchandising, Shopping Lifestyle, dan Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 12(3): 253–268.
- Purnamasari, L. S., Somantri, B., dan V. Agustiani. 2021. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada Shopee.Co.Id (Studi Kasus di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi). *Cakrawala Repositori IMWI* 4(1): 36–48
- Putra, M. R. M., Albant, M. A. K., Sari, L. N., dan V. F. Sanjaya. 2020. Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Lifestyle, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Syariah* 3(2): 21–29.
- Rahmasari, N. R. 2023. Pengaruh Religiusitas, Shopping Lifestyle, dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Ar Rafi di Kabupaten Kudus). *Skripsi*. Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri.Salatiga.
- Rahmawati, N. T. 2018. Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 7(3): 315-326.
- Rahmawati, S., dan I. Kamela. 2023. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying Pengguna Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta* 23(2): 1–2.
- Rifatin, Y., dan T. Sudarwanto. 2021. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studia Pada Konsumen Toko Pakaian Dhyhijab Jombang). *Journal of Business and Innovation Management* 3(3): 367–379.

- Rumapea, Y. A. 2023. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Pada Pengguna Platform Marketing TikTok Shop Terhadap Perilaku Impulse Buying (Pada Pelajar SMKN 1 Sidikalang). *Skripsi*. Universitas Medan Area. Medan.
- Sari, N. A., dan F. Indrawati. 2018. Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Pada “Butik Kanabini.” *JEMI* 18(2): 107–118.
- Setiasih, R. J., Savitri, C., dan S. P. Faddila. 2023. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Produk Erigo Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(6), 9423-9442.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sucidha, I. 2019. Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Manajemen* 3(1): 1–10.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyadi., Kurniawan, C., dan P. Supriyoso. 2022. Pengaruh Motivasi Hedonik dan Stabilitas Emosi Terhadap Perilaku Belanja Online. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)* 6681(3): 695–704.
- Telkomsel. 2022. Kisah Sukses Brand Lokal Erigo Bisa Jadi Inspirasi Bisnis. <https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/kisah-sukses-brand-lokal-erigo-bisa-jadi-inspirasi-bisnis>. 29 Oktober 2024 (19:35).
- Umroh, N. U., Dwiarta, I. M. B., dan E. Purnaningrum. 2022. Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Promosi Flash Sale Shopee Terhadap Impulse Buying Pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik, *Journal of Sustainability Business Research* 3(2): 2746–8607.
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.

We Are Social. 2023. 10 kategori produk dengan nilai total belanja terbesar di E-commerce Indonesia 2023.

<https://data.goodstats.id/statistic/10-produk-dengan-total-belanja-terbesar-di-e-commerce-indonesia-sZ7mY>. 01 Oktober 2024 (19:00).

Zayusman, F., dan W. Septrizola. 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* 1(1): 360-368.

