

DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, & al, e. (2012). Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors On Impulsive Buying of Costumers and Condition of Interrelation beetwen these Factor. *Journal of Basic and Apllied Scientific Research*, Vol 2 No9.
- Afif, M. Purwanto (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee Id. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 2-34
- Alba, J. W., dan E. F, Williams. 2012. Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulsive Buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Juni 2016. Vol.20, No.2, pp. 151 – 207
- Azwar. Widjaja. (2009). *Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta
- Alinda. Mahdiyan. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1-11.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Betty R. Jackson., & Michael Iv1c. Kee. (2004). *Audit Information Dissemination, Tax Payer Communication and Tax Compliance: An Experimental Investigation of Indirect Audit Effects*, The National Tar Association Minneapolis MN
- Cobb, J. C. & Hoyer W. D. (1986). Planned Versus Impulsive Purchase Behaviour. *Journal of Retailing*, 62 (4).
- Broderick, Anne J. 1998. "Role theory, role management and service performance," dalam jurnal *The Journal of Services Marketing*, Vol. 12 No. 5 1998, pp. 348-361. MCB University Press, 0887-6045.
- Engel, James. F., Blackwell, R.D., dan Miniard, Paull. W (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi Keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, F. James & Blackwell, Roger. D & Miniard, Paul. W. (2011). *Perilaku Konsumen*, Jilid Satu, Penerbit Binarupa Akasara, Jakarta.

- Ervia & Ristiana. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Belanja dan Ketertarikan Fashion terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) di Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 53-56.
- Ghani, U., dan Farzand Ali Jan. 2011. An Explanatory Study of the Impulsive Buying Behaviour of Urban Consumers in Peshawar. *International Conference on Business and Economics Research*, Vol. 1, pp. 157-159
- Ghozali. (2016). *IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.(2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, T. G., & Sitinjak, T. (2018). Pengaruh Keterlibatan Fashion dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja dan Pemuda DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , Vol 7 No 1.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin
- Hamdani, N. A., Muharwiyah, M. K., & Nurhasan, R. (2022). Pengaruh Price Diskon, Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Garut. *Journal Business Inovation and Entrepreneurship Journal*, Vol 04 No 01.
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey; Pearson Prentice Hall
- Hursepun, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Shopee _ Id. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048
- Imbayani I., G., A., & Novarini N., (2018), “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulsive Buying Behavior”, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, volume 3, no. 2

- Ika, N., Fitriyah, Z., & Dewi, N. C. (2020). Impulsive Buying di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, Vol 3 No 1.
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulsive Buying Behaviour Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 6 no 1.
- Japarianto, E dan S. Sugiharto. 2011. Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulsive Buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Juni 2016. Vol.20, No.2, pp. 151 – 207.
- Jeko, Iqbal, & Reza. (2015). *Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Melucur di Indonesia*. Jakarta: Liputan6.com.
- Kangean , S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Persaingan E-commerce di Indonesia. *Jurnal Universitas Tarumanegara*, Vol 4 No 2.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012) *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc., Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kosyu. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulsive Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Levy dan Weitz. 2014. *Retailing Management*. Mc. Graw Hill. Boston.
- Levy, M. 2009. *Retailing Manajemen*. 7Ed. Mc Graw Hill. New York. Alih Bahasa Salim, L. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Maulina, B., Badriyah , N., & Efendi, Y. (2022). The Effect Of sales Promotion and Hedonic Shopping on Impulsive Buying On the Marketplace Shopee (Case Study In Tambakrigadung Community, Lamongan Regency). *Jurnal Scientia*, 640-644 vol 11 no 11.

- Mowen, C. J., & Minor. (2012). *Perilaku Konsumen, Dialih bahasakan oleh Dwi kartika Yahya*. Jakarta: Eirlangga.
- Mowen, C. J., & Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*, jilid 1 edisi kelima. Erlangga. Jakarta
- Nurlinda, R. A., & Christina, D. (2020). Peran Positive Emotion Sebagai Mediator Hedonic Shopping Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying di Lazada. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol 5 No 01.
- Olson. Jerry and Peter.,(2013) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9 Buku 1, Jakarta: Salemba Empat,
- O’Cass, A. (2004). Fashion Clothing Consumption: Antecedents and Consequences of Fashion Clothing Involvement. *European Journal of Marketing*, 38 (7).
- Pramestya, Ni Luh Putu Utami Mita, & Widagda, I. Jaya Agung. (2020). The Role Of Positive Emotion Mediates Fashion Involvement On Impulsive Buying. *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research (Ajhssr)*, 4(9), 01–08
- Priyatna, E. H., Lutfia, L. N., & Taufik, F. A. (2023). The Effect Of Shopping Lifestyle And Fashion Involvement . *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, Volume 1 No. 2 Januari 2023.
- Putra, M. R., Albant, M. K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Promosi,Fashion Involvement, dan Shopping Lifestyle, dan Impulsive Buying di E-commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Islam*, Vol 3 No 02. doi:<https://doi.org/10.56998/jr.v3i02.16>
- Park S, et al. (2006) *Yme2p is a mediator of nucleoid structure and number in mitochondria of the yeast Saccharomyces cerevisiae*. *Curr Genet* 50 (3):173- 82.
- Rahma A, 2021. “Pengaruh shopping lifestyle Terhadap kepuasan saat bereblanja online shop lazada dengan impulsive buying sebagai variabel intervening. Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar

- Rahma, W. S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-impulsive Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pada Lazada.co.id. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, Volume 01 nomor 01.
- Rahmawati, N. T. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 7(3), 315-326.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal Of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Solomon, M. 2013. *Buying, Having, and Being* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc
- Solomon, Michael. R. (2015). *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta
- Temaja B.W., Rahanatha G.B., dan Yasa N.N.K. (2015). Pengaruh fashion involvement, atmosfer, toko dan promosi penjualan terhadap impulsive buying pada matahari department store dikota Denpasar. E- Jurnal Manajemen. Universitas Udayana, 4 (6), 1466-1482.
- Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The Effect of Hedonic Shopping Motivation, Shopping lifestyle and Fashion Involvement with Impulsive Buying. *International Journal of Business Economics*, Vol 2 no
- Tuzzahra M N, 2020. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, shopping lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying pada pelanggan zalora Di Kota Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

- To,P.L., Liao, C., & Lim, T.H. (2007). Shopping Motivation On Internet. A sutdy Based On Utilitarian And Hedonic Value. Tchnovation.vol 27 774-787
- Utami , C. W. (2017). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi ritel modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2014). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba 4.
- Widiyati, E.P & Ghози, S (2018). Peningkatan Impulsive Buying Mahasiswa Di Semarang Terhadap Produk Fashion Lokal Melalui Ethnocentrisme, Brand Image Dan Country Of Origin . Esensi: *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* , 29-56
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* , Vol 01 No 01.
- Zeb, Alam, et.al. (2015). The Impact of Job Stress on Employee Performance: Investigating The Moderating Effect of Employee Motivation. *City University Research Journal* Vol. 05, No. 01