

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. 2009. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Alwitt, M. J., & Hummon, P. A. (2009). *Lifestyle and Consumer Behavior: A Methodological Critique*. Sage Publications.
- Anitha, N. (2016). Influence of *Lifestyle* on consumer decision making with special reference to organized retail formats in chennai. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*. 7(1)85-90
- Angela, V., & Eristia L. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan *Impulse buying* Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*. 10(2), 251.
- Arif Isnaini. 2005. Model dan Strategi Pemasaran. Makasar: Ntp Press.
- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- APJII, (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. APJII.
- Badan Pusat Statistik, K. B. (2022). Kabupaten Buleleng Dalam Angka. In *BPS Kabupaten Buleleng*.
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Tahunan Bank Indonesia 2020. *Bank Indonesia*, 1–844.
- Cucu Komala. (2018). Perilaku Konsumsi *Impulse buying* Perspektif Iman Al-Ghazali. *Jurnal Perspektif*. 2 (2). 251.
- Electric, S. (2022, 2 Kamis). *Penguatan Infrastruktur Digital Dukung E-commerce Lebih Sustain*. Dikutip dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220203101343-97-754442/penguatan-infrastruktur-digital-dukung-e-commerce-lebih-sustain>

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Jain, T. (2021). *Factor Affecting Impulse buying Behavior*.
- Grewal, Levy. (2008). *Marketing*. Mc-Graw Hill, New York.
- Herukalpiko, Diah. Kenanga D., dkk. 2013. “Pengaruh Kewajaran Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku *Impulse buying* Konsumen Robinson Department Store Semarang”. *Journal Ilmu Sosial dan Politik*, PP.1-9.
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2012). Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41.
- James F. Engel, R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi 6, Jilid 1, Alih Bahasa Budijanto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994)
- Katadata Insight Center. (2020). *Gen Z Paling Sering Gunakan Shopee Pay & E-money untuk Bertransaksi*. Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/gen-z-paling-sering-gunakan-shopee-pay-e-money-untuk-bertransaksi>
- Kristiyono, Jokhanan . (2015). *Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat*. *Jurnal Scriptura*, 5 (1), 23-30
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan

- Benyamin Molan. PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Global Marketing Management 14 th Edition*. In *Management Decision* (Vol. 48).
- Luniya, P., & Verghese, M. (2015). A study on *impulse buying* and its determinants: A literature review. *Pacific Business Review International*. 8(1), 66-69.
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. Della. (2002). *Consumer Behavior: Concepts and Applications* (4th editio). McGraw Hill Education.
- Maarif, N. (2020). Shopee Jadi *e-commerce* Terpopuler di Indonesia. Detiklnet. Retrieved
- Rachmawati, Veronica. 2009. Hubungan antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impulse Buying pada Konsumen ritel. *Majalah Ekonomi*. XIX(2): 192-209.
- Ratih Hurruyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), 92.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *The Journal Of Consumer Research*, 14(2), 198–199.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of consumer research*, 22(3), 305-313.
- Rook, D. W. and Hoch, S. J. (1985). Consuming impulses, *Advances in Consumer Research*, Vol. 12.
- Sari, V. N. 2019. "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, *Discount*, dan Iklan Shope Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta". Skripsi, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha.

- Sari, Vivi Endah. (2019). Pengaruh E-Wom, *Lifestyle*, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, 7 (4): 474-487
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Stern, Hawkins (1962), "The Significances of Impulse Buying Today", *Journal of Marketing*, Vol. 26, pp. 59-60
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Utami. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2014). *Strategi Dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi, Septian. (2017). Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse buying*. *Jurnal Valuta*. 3(2), 280-281.
- Wahyuni, R.S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping *Lifestyle* Terhadap *Impulse buying* Pada *E-commerce* Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144-154.
- Widiyati, S., & Khozi, S. (2018). Peningkatan *Impulse buying* Mahasiswa di

Semarang terhadap Produk Fashion Lokal melalui Ethnocentrisme, Brand Image dan Country of Origin (COO). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 49–56.

Winarno, Sigit dan Ismaya, Sujana. (2003). *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung : CV Pustaka Grafika

Yanthi, Afifah Dwi, dkk. (2020). Peran Korea Wave, *Lifestyle* Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Jurnal Business Management, Economic, And Accounting National Seminar*. 1 (1), 179-195

