

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784-793.
- Alimudin, W., Rachma, N., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 14.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.
- Fadillah, A. N., Rusmayanti, H. K., Alfian, A., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh direct marketing terhadap keputusan pembelian impulsif pizza hut delivery. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 1-6.
- Fataron, Z. A. (2019). Online Impulse Buying Behaviour: Case Study On Users Of Tokopedia. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, Vol.1, No.1, 47-60.
- Feby, A. (2024). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Live Streaming Tiktok Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perspektif Bisnis Islam (Study Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen generasi Z. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1), 57-70.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit.
- Handayani, P., & Rosyidi, S. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Visual Merchandising, Promosi Penjualan Online, dan Hedonic Shopping Motivies terhadap Online Impulse Buying. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 8(2), 10-19.

- Irawan, Handi. 2012. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Izmy, F. F., Mardani, R. M., & Nurhidayah, N. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(13).
- Japarianto, E., & Monika, Y. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Moderator Pada Online Shop Chocochips. 10.
- Kempa, S., Vebrian, K., & Bendjeroua, H. (2020). Sales Promotion, Hedonic Shopping Value, and Impulse Buying on Online Consumer Websites. *SHS Web of Conferences*, 76, 01052.
- Kotler, P., & Armstrong. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Ed. 12)*. Jakarta Timur: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid Pertama*. Jakarta (ID): Indeks. Google Scholar
- Kotler.P & Keller.K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Muayyidah, U. Z., & Wiyono, A. S. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Value, dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Online Consumer E-Commerce (Studi Kasus Pengguna E-Commerce Shopee di Madiun) (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- Ningrum, P. A. D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 767-776.
- Nurlinda dan Christina, 2020. Peran Positive Emotion Sebagai Mediator Hedonic Shopping Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Di Lazada : Studi kasus pengguna E-Commerce Lazada, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1:231-244.
- Padmasari, D., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce. 10, 13.

- Pipih Sopiyan, & Neny Kusumadewi. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207–216.
- Pratama, A. D. A., & Widyanti, R. N. (2023). Pengaruh Direct Marketing dan Flash Sale terhadap Online Impulse Buying pada Live Streaming Marketing Tiktok Live di Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta).
- Purnamasari, L. S., Somantri, B., & Agustiani, V. (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.
- Puspita, Nungky. 2020. “Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Customer Relationship Management Pada Function Room Di Harris Hotel Sentul City Bogor.” *Jurnal Manajemen Perhotelan* 5(2):82–93. doi: 10.9744/jmp.5.2.82- 93.
- PUTRA, Y. P. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Diskon Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce Tokopedia (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN JAWA TIMUR).
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of consumer research*, 22(3), 305-313.
- Sari, N. Y., & Hermawati, S. (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*, 25(1), 45–54.
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, N. (2020). Pengaruh Shopping lifestyle dan positive emotion terhadap impulse buying.
- Sudaryono, P. K. (2014). *Pada Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Research and Development*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Surveyandini, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Karita Muslim Square Purwokerto. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 277-281.

- Surveyandini, M. (2022). *Strategi pemasaran ampuh*. Nas Media Pustaka
- Susilawati. E. & Wahdiniwaty. R. (2017). Pengaruh Kepribadian dan Harga Terhadap Impulse Buying pada Produk Novel di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, Vol. 1, No. 1, 18.
- Tjiptono, F. & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tuzzahra, M. N., & Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Zalora di Kota Medan. *Jurnal SALMAN (Sosial dan Manajemen)*, 1(3), 19-30.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia (3rd ed.)*. Salemba Empat.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*, 117(November 2017), 543–556.
- Wulan, W. N. N., Suharyati, S., & Rosali, R. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 54-71.