

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto, P. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee Id. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34.
- Ahmad, Siti Hadidjah, Tineke wolok, dan Zulfia k. Abdussamad. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan Promosi Produk Skincare terhadap *Impulse Buying* melalui media Tiktokshop”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol.5.No.2,September 2022.
- Aini, Nurul Kurrota, dan Kabul Trifiyanto. “ Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Money Availability* terhadap *Impulse Buying*”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 5(2) 2023.
- Alfaiz, Maghfirah Dewi. “ Faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Konusmen Pands Yogyakarta Dalam Perspektif Konsumsi Islami.” Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Aprilia, Eka Dian, dan Riyan Mahfudzi.” Gaya Hidup Hedinisme dan *Impulse Buying* pada Mahsiswa.” *Jurnal Ecopsy*. Vol.7. No.2 Oktober 2020.
- Arifianti, R. & Wahyu Gunawan. Perilaku *Impulse Buying* dan interaksi sosial dalam pembelian di masa pandemi. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, Vol 5, No.1, 52
- Asriningati, Mutiara, dan Tri Indra Wijaksana. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Online Store Beliefs* Terhadap *Impulse Buying* pada Lazada.co.id.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*., Vol 15, No.2, Juli 2019.
- Azzahra, Maurista, Setya Marunda, dan Rahmat Hidayat. “Peran Pengaruh Sosial Terhadap Pembelian Impulsif pada Produk Fashion di E-Marketplace dengan *Self-Regulation* sebagai Moderator”.Universitas Gadjah Mada.
- Budiharjo, Bayu. “*Memukau Khalayak dengan buklet promosi pariwisata Dwibahasa*”. ISBN: 978-623-02-6179-4.
- Bungin, Burham. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2005), 19
- Byun, S.E. and Sternquist, B. *Here Today,Gone Tomorrow: Consumer Reactions to Perceived Limited Availability*. *Jurnal of Marketing Theory and Practice*, 20(2),2012
- Chan, Gerry Ferdian, Ikbal Akhmad dan Hichmaed Tachta Hinggo. “Pengaruh Promosi dan harga terhadap *impulse buying* pada

- pengguna *e-commerce* shopee di pekanbaru.” *Economics, Accounting and Bussines Journal*, Vol. 2, No. 1, Januari 2022.
- Darwipat, Dermawansyah, Agus Syam dan Marhawati. “Pengaruh Program *Flash Sale* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen Marketplace”. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*.,ISSN: 2722-3744
- Dayang, Kosyu Asning, Kadarisma Hidayat, dan Yusri Abdillah. “Pengaruh Hedonic Shopiing Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei Pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.14.No 2
- Deviana, Ni Putu Siska. “ Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *impulse buying behavior* masyarakat di kota denpasar.” *E- Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 8, 2016: 5264-5273. ISSN : 2302-8912.
- Didi. “ *Analisis Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Pada Konsumen Situs Belanja Online Shopee Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.* ” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Dinova, Syabani, dan Suharyati. “Pengaruh *Live Streaming Shopping* Dan *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Di Kecamatan Jatinegara”. *Journal of Young Entrepreneurs*, Vol. 2, No. 4 2023; 88-102.
- Dita, Amanah, dan Stephany P. Pelawi. “ Pengaruh Promosi Penjualan dan Belanja Hedonis Terhadap *Impulsive Buying* Produk Matahari Plaza Fair, *Jurnal Quanomic*, Vol. 3 No. 2,2015.
- Edwin, Japariato, Sugiharto Sugiono. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.,Vol. 6. No.1.,pp,32-41.
- Effendi, Syahrul, Faris Faruqi, Maya Mustika. “Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic Word Of Mouth* Dan *Hedonic Shopping Lifestyle Motivation* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol 17 No 2, Oktober 2020.
- Febriani, Shintia, Fitri Febriani dan Nuri Purwanto.” Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang”. *Jurnal riset Manajemen dan Bisnis dewantara*. Vol.2 No.2 Desember 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018)

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 88
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS Edisi Pertama*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 97
- Hadyan, Atikah, Sulis Mariyanti, dan Safitri M. “Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Esa Unggul yang Melakukan Pembelian Secara Online Shopping.” *Jurnal Psikologi*.
- Hasanah, Nurjannatul, dan Arifudin. “Strategi Pemasaran Terhadap *Impulse Buying*.” *Jurnal Ekonomika*, Volume 12 Nomor 02, Juni 2021 e-ISSN: 2685-2977
- Hidayat, R dan Inggit Triyanti. Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *impulse Buying* mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Bussiness Administration*, Vol. 2, No. 2, 175
- Juwita, Viany. “Pengaruh Promosi, *Flash Sale* dan Website Quality Terhadap *Impulse Buying* Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Bandar Lampung).
- Khusna, Galu Khotimatul, Farah Oktafani. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin’Donuts Bandung.’ *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship*. Vol. 11, No.1, April 2017,27-36.
- Komala, Cucu. “Perilaku Konsumsi *Impulsive Buying* Perspektif Imam Al- Ghazali.” *Jurnal Perspektif*. Vol.2 Nomor 2.
- Kotler, and Armstrong, G. *Principles Of Marketing*. Pearson Education
- Lestari, Suci Ayu, M. Agus Salim dan Mohammad Rizal. “ Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Review Beauty Influencer* dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Media Tiktok Shop.” *E- Jurnal Riset Manajemen*. Vol.12.No.02. ISSN: 2302-7061
- Lupiyoadi, Rambat, and Ridho Bramulya Ikhsan. *Praktikum Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 70
- Mamuaya, Nova Christian Immanuel. Faktor Situasional, Atmosfer toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik pada Pembelian Impulsif Konsumen. ISBN: 978-623-5812-03-6.
- MH, Novia, dan Harmon. “Faktor Penentu Perilaku Impulse Buying pada Fashion Bussines di Kota Bandung.” *Jurnal Bisnis dan Investasi*. Volume 2, No.3.
- Mowen, J. C.,& Minor, M. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 15-16
- Mulyana, Andi Erna dan Atika Pertiwi N.I. “Pengaruh Promosi, Atmosfer Toko dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Ritel Modern Di Kota Batam”. *Journal of Appied Bussines Administration*.
- Murugantham, G. dan Ravi Shankar Bhakat. *A Review of Impulse Buying Behavior. Internal Journal of Marketing Studies*. 5(3) 2013
- Nagadeepa, Dr.C. *Pembelian Impuls: Konsep, kerangka dan wawasan konsumen*. Perguruan Tinggi Kristu Jayandi.
- Nanincova, Niken. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café And Bistro*. AGORA, Vol. 7, No. 2.
- Nighel, Syafina, dan Osa Omar Sharif. “Pengaruh *flash sale* terhadap pembelian impulsif e-commerce shopee di jawa barat.”*e-Proceeding of management*: Vol. 9, No. 3.
- Nurjanah. “Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda.” *Jurnal Mahasiswa*. Volume 1.
- Octaviana, Andyta Rizki, Kokom Komariah, Faizal Mulia Z. “Analisis *Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation dan Flash Sale Terhadap Online Impulse Buying*.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol.3(4) 2022: 1961-1970
- Octaviana, Rizki, Kokom Komariah dan Faizal Mulia Z. “Pengaruh *Shopping Lifestyle, Promosi dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying*.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol. 3 (4) 2022; 1961-1970
- Permatasari, Imas, Moh Mukhsin dan Isti Nuzulul Atiah. “Pengaruh *Flash Sale dan Free Shipping Terhadap Impulsive Buying Behavior dalam Perspektif Ekonomi Islam*.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol 4, No. 1, Juni 2023.
- Priyanto, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 67
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), 90
- Putra, Muhammad Rizki Maulana. *Pengaruh Promosi, Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle dan Impulse Buying di E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonom Syari'ah*. Vol. 3, No. 2 (2020), 22.
- Putri, Prity Arlia, Wan Suryani, dan Lailan Tawila Berampu. “ *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kecamatan Medan Sunggal*”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 4 (1) 2023; 30-39

- Qmmaidha, Laila Nur, dan Sugeng Purwanto. “Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Consumption Terhadap Impulse Buying Pada Tokopedia.” *Jurnal.nusantara* Vol 9, No 1.
- Rahmawati, Ayunda. “ Pengaruh Program *Falsh Sale* Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee di Kelurahan Poris Jaya). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Rastiawan, Agung Tegar. “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Persepsi Kemudahan dan Intensitas Penggunaan Shopeefood Terhadap Impulse Buying.” Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Ratnasari, Ike, Peni Indarwati dan Suhartatik. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Sosial dan Teknologi*. Vol 3, No 8.
- Ratnasari, Nur. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying*.” Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Renita, Intan, dan Dwi Astuti. “Pengaruh Program Flash Sale terhadap Pembelian Impulsif dan Shopping Enjoyment pada Mahasiswa di Yogyakarta”. *Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*. Vol.1.No.4,2022,E-ISSN: 2829-7547.
- Rizkia, Nila, dan Ita Purnama. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Kota Bima (Studi Kasus Pada Penggemar Hijab Umama).” *Journal of Creative Student Research (JCSR)*. Vol. 1, No.5 Oktober 2023. Hal: 172-186
- Salam, Abdul, Atikah Azzahra, dan Febrian Wahyu Wibowo. “Pengaruh Promosi, *Brand Image* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Margoluwih, Sleman). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. XII No.2, 2022 ; 116-122
- Saputri, Respi, Asep Muhamad Ramadan dan Nor Norisanti. “Peran *Flash Sale* Dalam Memediasi Hubungan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Belanja Online.” *Jurnal Syntax Idea*. Vol. 2, No. 6, Juni 2020
- Sarah, Eva Margareth, dan Kiki Mailastri Sitanggang. “ Pengaruh *Flash Sale Promotion* dan *Discount* Terhadap Online *Impulsive Buying* di Universitas Sari Mutiara Indonesia.” *Jurnal Business Economics and Entrepreneurship*. JBEE Volume 4, No.1,2022.
- Sari, Cahyuni Sinta, Puji Isyanto, Neni Sumarni. “ Pengaruh Promosi Penjualan dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Program

- Studi Manajemen Karawang).” *Manajemen Studies and Entrepreneurship Jurnal*. Vol.4 (6) 2023 : 7357-7369.
- Sekaran, Uma. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* terjemahan Kwan Men Yon (Jakarta: Salemba Empat,2011), 116.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya and Effendi. *Prinsip- prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Yogyakarta : ANDI Offest
- Styowati, Camelia Yully, dan Jojok Dwiridotjahjono. “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle* dan Promosi terhadap *Impulse Buying* Pada Pengguna *Sociolla* di Surabaya.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 4(2) 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D* (Alfabeta: Bnadung 2017),64
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 11.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 80
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung : Alfabeta, 2013),308
- Swastha, Basu. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,2007)h. 222
- Syauqi, Ahmad, Fauzi Arif Lubis, dan Atika. “ Pengaruh *Cashback, Flash Sale, Tagline Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying* Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).” *Jurnal Manajemen Akuntansi* (JUMSI). Vol 2, No 4, 2023
- Tirmizi, A. M.,Rehman, Ur, Kashif dan Saif. M. Iqbal. *An Empirical Study Of Consumer Impulse Buying Behavior In Local Markets. European Journal of Scientific Research*, Vol,28. No. 4 ,Hal: 522-532.
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andy
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*, Ed III, (Yogyakarta: ANDI,2008), h. 219
- Trijayanti, Ulfah, Gianti Gunawan. *Diseminasi Penelitian Spiritual dan kesejahteraan Psikolog*. ISBN: 978-623-466-111-8
- Umroh, Nur UI, I Made Bagus Dwiarta dan Evita Purnaningrum. “Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle* dan *Flash Sale* Shopee Terhadap *Impulse Buying* Pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.” *Journal of Sustainability Business Research*.Vol 3, No 2 Juni 2022.
- Utami, Chistina Whidya. *Manajemen Ritel:Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta : Salemba Empat.

- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015) 121.
- Venia, Mevi, Faisal Marzuki dan Yuliniar. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna E- Commerce). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Volume 2, 2021.
- Verwaty, Fenny, dan Triana Ananda Rustam. “Pengaruh Promosi, Atribut Produk Dan Brand Image Terhadap Impulsive Buying Di Indomaret Anugerah Park Batam.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 4 (6) 2023.
- Wahyuni, Reni Suci, and Harini Abrilia Setyawati. “ *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2 (2), 2020
- Wangi, Laura Pandan dan Sonja Andarini. “ Pengaruh *Flash Sale* dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pengguna *Shopee*.” *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. Vol 5, No 1, 2021
- Wati, Ai, dan Meily Indriani Putri. “ PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM TENTANG JUAL BELI *FLASH SALE* DI *SHOPEE* “. Jurnal Jhesy Vol. 02; No. 01; 2023
- Widhayanto, Dimas Giyang, dan MF. Shellyana Junaedi. *Jurnal Studi Tipe Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Generasi Y*.
- Yulianda, Ade Tiara, Rike Rahmawati, Heldi Sahputra. “Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu).Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis.ISSN: 2338-8412
- Yuliani, Erma. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. ISBN: 978-623-09-3321-9.
- Yuniarti, Yenny, Maulidia Imastary Tan, Ade Perdana Siregar. “ Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (HARBOLNAS).” Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan. Vol.10,No,01,April 202. E-ISSN: 2685-9424
- Yusuf, Ramayani. *Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan*, Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol. 1 No. 2, (2020), 511
- Zahara, R. “Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen”. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2 (1), 39-44.