

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, I., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The effect of promotion and hedonic shopping motivation on costumer impulse buying on Zalora online shopping sites. *JABI (Journal of Accounting and Business Issues)*, 1(1), 15-21.
- Ajizah, T. N., & Nugroho, A. T. (2023). The Role of Positive Emotion as a Mediator of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation Towards Impulse Buying at TikTok Shop (Case on TikTok Shop Customers). *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 8(2), 283-298.
- Apjii.or.id. APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Rabu 07 Januari 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>. Diakses tanggal 22 Agustus 2024 pukul 11.40 WIB
- Br Manik, J. E. S. I. K. A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Tiktok Shop Di Kota Medan.
- Chan, G. F., Akhmad, I., & Hinggo, H. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 151-159.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Dyah Pitaloka, V. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Sales Promotion, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Melalui Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Idihardja, D. N. (2016). Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying (Doctoral dissertation, STIE Ekuitas).
- Kemendag.go.id Kemendag Ramal Transaksi E-Commerce di RI Tembus Rp533 Triliun. Jumat 05 Januari 2024. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok->

[media/kemendag-ramal-transaksi-e-commerce-di-ri-tembus-rp533-triliun.](#)  
Diakses tanggal 22 Agustus 2024 pukul 11.35 WIB

- 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)* (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN'JAWA TIMUR).
- Mediantin, Y. R., Priyono, A. A., & Millaningtyas, R. (2023). Pengaruh Promosi dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee di Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Meydila, R. P., & Cempena, I. B. (2024). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Content Marketing Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying* Produk Fashion Pada Pengguna Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Surabaya). *Musyтари: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(9), 121-130.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). Consumer behavior : building marketing strategy. In y McGraw-Hill Education (Vol. 51, Issue 3). New York : The McGraw Hill
- Muzhiroh, M., & Budiono, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat) *The Influence Of Consumer Quality Perception, Motivation And Lifestyle On Purchase Decision On Oppo Smartphone (Case Study in Cakung Barat Urban Village Community)*. *Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat)*.
- Nurfahmi, M. A. (2022). *Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto Pengguna E-Commerce Tipe C2c* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Nurhuda, M. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Super Indo Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 4-5.
- Pranggabayu, B., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsophere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 951-966.

- Puspita, A. A., & Zaerofi, A. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Website, Dan Positive Emotion Terhadap Impulsive Buying Perspektif Ekonomi Islam. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01).
- Putri, M. T. (2022). *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Septiandy, M. D., Hamim, N., & Nurbaiti, N. (2024). Analisis Perkembangan Tokopedia Dan Gojek Pasca Merger Sebagai Goto Dan Kolaborasinya Dengan Tiktok Terhadap Perekonomian. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 2(2), 14-20.
- Susanti, D. N., & Sari, A. P. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement. *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, 9(2), 62-69.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- , 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Utami, F., & Liska, M. (2023). Pengaruh shopping lifestyle dan harga diskon terhadap impulsive buying melalui media tiktok shop pada generasi z dan milenial di Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6215-6223.