

DAFTAR PUSTAKA

- Andani, K., & Wahyono. (2018). Influence Of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, And Fashion Involvement Toward Impulse Buying Through A Positive Emotion. *Management Analysis*, 7(4), 449–457. <https://doi.org/10.15294/maj.v7i4.24105>
- Artana, I. putu W., Wisesa, I. G. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar). *EKonomi Dan Bisnis*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v3i2.257>
- Bungin, H. M. B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Irfan & S. Agus (eds.); kedua). KENCANA.
- Dakhi, P. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying dengan emosi Positif sebagai Variabel Intervening pada Alfamidi Saonigeho Nias Selatan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 34–45. <https://doi.org/10.57094>
- Dalihade, M. P., Massie, J. D. ., & Tielung, M. V. . (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3538–3549. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17617>
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital* (A. M. Sari & A. T. Putra (eds.); Pertama). IPB Press.
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. *Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 59–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.35957/forbiswira.v12i1.3297>
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation

Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee_ID. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/issue/view/96>

Ittaqullah, N., Madjid, R., & Suleman, N. R. (2020). The Effects Of Mobile Marketing , Discount , And Lifestyle On Consumers ' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace. *Scientific & Technology Research*, 9(03), 1569–1577. <https://www.ijstr.org/final-print/mar2020/The-Effects-Of-Mobile-Marketing-Discount-And-Lifestyle-On-Consumers-Impulse-Buying-Behavior-In-Online-Marketplace.pdf>

Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>

Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>

Mahmudah, A. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 290–299. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>

Munandar, I. (2022). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Shopee Melalui Hedonic Shopping Motivation dan Utilitarian Value Sebagai Intervening (Survey pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.48181/jrbmt.v6i1.15666>

Noor, Z. Z. (2020). The Effect Of Price Discount And In-Store Display On

- Impulse Buying. *Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 22(2), 133–139.
<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i2.26720>
- Poluan, F. J., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 113–120.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23627.113-120>
- Purnamasari, L. S., Somantri, B., & Agustina, V. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Shopee.Co.Id (Studi Kasus Di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(April), 36–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.52851/cakrawala.v4i1.69> Article Details
- Ranasari, D., & Fajrianti. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivations terhadap Impulsive Buying pada Konsumen Produk Fashion. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 460–469.
<https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.25107>
- Santoso, A. B. (2018). *Tutorial & Solusi Pengolahan Data Regresi*. CV.Garuda Mas Sejahtera.
- Saputro, I. B. (2019). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada KOnsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35–47. <https://doi.org/10.21831/jim.v16i1.25063>
- 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.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.320>
- Syafri, H., & Besra, E. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation , Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying (Survey : Pada

- Konsumen Kosmetik Transmart Kota Padang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 786–802.
<https://doi.org/10.24815/jimen.v4i4.13279>
- Tanjung, H., & Devi, A. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Edisi ke-2)* (P. Oktavianawati (ed.); 2nd ed.). Gramata Publishing.
- Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The Effect Of Hedonic Shopping Motivation , Shopping Lifestyle And Fashion Involvement With Impulse Buying. *Business Economics*, 2(1), 18–28.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fijbe.v2i1.5715>
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Valuta*, 3(1), 276–289. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/issue/view/146>
- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 2580–9539. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jrbm.v11i2.701>
- Warnerin, G., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 896–903.
www.sentrarak.com
- Wonggo, C. M., Lopian, S. L. H. V. J., & Rogi, M. H. (2020). Dampak Discount, Brand Image Dan In Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Pt. Matahari Departement Store Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 124–133.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29545>