DAFTAR PUSTAKA

Aditama, Roni Angger. 2020. *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.

Alimin, E. *et. al.* 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit Seval).

Aprilda Rumapea, Y. 2023. *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Pada Pengguna Platform Marketing Tiktokshop Terhadap Perilaku Impulse Buying (Pada Pelajar Smk N 1 Sidikalang)* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

Chakti, A. G. 2019. *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital.* Makassar: Celebes Media Perkasa.

Farida, A. N. dan Susilawati, W. 2025. *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Z Melalui Platform E- Commerce Shopee*. Costing: Journal of Economic, Business and Accounting. 8(4). 2034–2047.

Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher

Hafni Sahir, S. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.

Harahap, Kartini. 2025. *Digital Marketing: Strategi Dan Implementasi Dalam Bisnis Modern*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.

Husna, T. M. *et. al*. 2025. *Perilaku Generasi Z Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam.* Jurnal Media Akademik (JMA). 8(6). 1-19.

Indrajaya, Sonny. 2024. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Kaizen Media Publishing.

Irawan, Dudung. 2025. *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Medan: Umsu Press.

Juhana, D. *et. al*. 2024. *Pengantar E-Commerce dan Platform Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Lestari, I. W. 2025. *Daftar E-commerce Paling Sering Diakses 2025, Shopee Masih Juara.* Tersedia: https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-

diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk

Murtiningsih, D. dan Marlapa, E. 2025. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish Digital.

Nasrullah dan Karim, F. 2024. *E-Commerce Dalam Aspek Hukum Perdata Dan Hukum Pidana*. Gorontalo: Cahaya Arsh Publisher.

Natalie, W., Anggraini, D., dan Supriyanto, S. 2024. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying pada Marketplace Shopee.* JUMANAGE Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan. 3(2). 504–511.

Novriady Nurtanio, I. *et. al.* 2022. *The Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying in Bukalapak E-Commerce (Study on Bukalapak Consumers in Bandar Lampung).* Takfirul Iqtishodiyyah (Jurnal Pemikiran Ekonomi Syariah). 2(2). 1-28.

Pranggabayu, B., dan Lestari Andjarwati, A. 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.

Putra, M. R. M. *et. al.* 2020. *Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life Style, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee.* Revenue Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Islam,.3(2). 21–29.

Rahmawati, L., Alfifto, Salquara, S. A., dan Darmansyah, M. R. 2024. P*engaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Lauser.* Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah. 9(5). 3334–3351.

Randy Tjemara, N. dan Nurlinda. 2025. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Discount Price terhadap Impulse Buying.* Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset. 3(1). 345–365.

Renaldi, A. & Nurlinda, R. 2023. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion*. Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship. 2(1). 46–61.

Sandu Siyoto, D. dan Ali Sodik, M. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Satriadi, *et. al.* 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

Shanti Purnamasari, L., Somantri, B., dan Agustiani, V. 2021. *Pengaruh Shopping Lifestyledan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Shopee.Co.Id (Studi Kasus Di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi)*. 4(1). 36–48.

Sinaga, R. dan Nur Utami, F. 2025. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee Generasi Z di Jakarta*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis. 12(2). 223–231.

Soesanto. 2024. *Manajemen Pemasaran Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2020. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2024. *Metode Penelitian Eksperimen*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tahir, R. *et. al.* 2023. *MANAJEMEN : Konsep, Prinsip, dan Aplikasi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Trisya, A. 2023. *Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Store Willcays Medan*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

Yusuf, M. dan Ifada, N. 2022. *E-Commerce: Konsep dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).

Yonatan, A. Z. 2025. *Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Banyak Diakses di Indonesia 2025*. Tersedia: https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0

Yonatan, A. Z. 2025. *Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Tembus 80% pada 2025*. Tersedia: https://goodstats.id/article/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-

tembus-80-pada-2025-raped