

DAFTAR PUSTAKA

- Amsani, D. P., & Hadi, p. S. (2017). Pengaruh discount dan store atmosphere terhadap perilaku impulse buying (Studi kasus pada konsumen Lottemart wholesale Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 261–272.
- Angger, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.
- Artana, Wisesa, I., Setiawan, I. K., Utami, N., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar) I Putu Widya Artana. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 369–394.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Atmaja, D. K., Suprihanto, J., & Suhartono, S. (2017). *Analisis Penerapan Sistem Remunerasi Berbasis Kinerja Di Kpp Pratama Wonosari*. STIE Widya Wiwaha.
- Budianto, A. (2020). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Chaniago, S., Nabella, S. D., Mahyudin, M., & Novirsari, E. (2022). *Keputusan Pembelian Pengguna Ovo Ditinjau Dari Kemudahan, Price Discount Dan Kepuasan*. CV. Global Aksara Pers.
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). Metode Penelitian. In *Deepublish*. Deepublish.
- Elbadiansyah, H. (2023). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Fatma, N., Alimuddin, M., & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Fatmawati, I., Astuti, F. D., & Iswanti, L. (2021). The Influence of Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, and Time Availability on Emotional Response and Impulse Buying. *4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 346–354.
- Firmansyah, A., & Budi, W. (2018). Mahardika. *Pengantar Manajemen, Yogyakarta: DEEPUBLISH*.
- Friska, D. L. (2021). *HUBUNGAN LIFE STYLE, PRICE DAN PERSONALITY TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (STUDY KASUS PADA KONSUMEN EIGER DI PURWOKERTO)*. IAIN PURWOKERTO.
- Giantari, I. G. A. K. (2016). *Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behaviour masyarakat di kota Denpasar*. Udayana University.
- Hartanti, D. N., Lestari, D. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle,

- Discount Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulsive Buying Produk Di Cordy Butik Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi*.
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh fashion involvement dan shopping lifestyle terhadap impulsive buying mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174–180.
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap impulse buying pada konsumen Shopee_Id. *EProceedings of Management*, 5(1).
- Imbayani, I. G. A., & Novarini, N. N. A. (2018). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan positive emotion terhadap impulse buying behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 199–210.
- John, S. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kusuma, A., Sudrajat, N. M., & Kurniawan, F. R. (2019). Pengaruh Price Discount dan Bonuspack terhadap Impulse Buying (Studi Kasus pada Indomaret Unit Dirgahayu). *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 210–224.
- Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Noto, D. N. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kecenderungan Impulsive Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 88–105.
- Nugroho, D. A. (2017). *Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis, Publik dan Nirlaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Oktaviani, T. I., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Point of Purchase Display dan Diskon Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus pada Konsumen Indomaret Jl. Raya Dipomangolo Malang 65154 Jawa Timur). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 416–424.
- Pangestuti, E., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Point of Purchase Display Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 124–137.
- Perdana, A. H., Putra, K., Said, S., & Hasan, S. (2017). Implication of External and Internal Factors of Mall Consumers in Indonesia To Impulsive Buying Behavior. *International Journal of Business Accounting and Management*, 2(4), 1–10. www.marketing.co.id,
- Pratami, K. I. (2023). Pengaruh Financial Attitude, Shopping Lifestyle Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dalam Platform Marketplace Shopee (Studi pada generasi Z di Kabupaten Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 14, 896–907.

- Pratiwi, R. M. (2022). *Pengaruh shopping lifestyle dan price discount terhadap impulsive buying di toko online Shopee dengan self control sebagai variabel moderating*.
- Prihastama. (2016). PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PELANGGAN MINIMARKET (Studi pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta). *Script*, 1–126.
- Rahma, A. (2021). *Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Kepuasan saat Berbelanja di Online Shop Lazada dengan Impulsive Buying sebagai Variabel Intervening*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/21027>
- Saputri, N. W., & Kusuma, M. (2020). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING (Survei Pada Konsumen Toko Mayola Shop Mega Mall Kota Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 240–249.
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar*. *Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2 (1), 51–60.
- Sari, D. U. (2017). Pengaruh Price Discount, Sales Promotion dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying pada PT Matahari Departement Store Tbk Panakkukang Makassar. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sholikah, A. M., Nunik, Y., Amelia Trisavinaningdiah, T. R. D., & Tri Endi Ardiansyah, N. P. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini Dan Masa Depan*. Cirebon: *Insania*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tirtasari, Y. D., Hidayati, N., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Price Discount, Shopping Lifestyle Dan Consumer Trust Terhadap Impulse Buying Pada Situs Marketplaces Shopee (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Pengguna Aplikasi Shopee). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(09).
- 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)*,

I(3), 19–30.

Wilujeng, S. (2017). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang. *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang*, 457.

Yaya Ruyatnasih, S. E., & Megawati, L. (2018). *Pengantar Manajemen: Teori, Fungsi dan Kasus*. Absolute Media.