

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)* (Cet. 1). Mitra Wacana Media.
- Anisa, C. A. (2021). *Tingkat Manajemen dan Manajer Beserta Fungsi-Fungsi Manajemen. Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 150.
- Arikunto, S. (2013). *Pengertian Data Primer. Objek dan Penelitian*, 53(9), 1689–1699.
- Ariyani, D. (2013). *Tinjauan Atas Prosedur Pembayaran Gaji Pegawai Dengan Aplikasi Gaji Pokok Pegawai (GPP) Pada Instansi Pusat Sumber Daya Air Tanah dan Geologi Lingkungan Bandung*.
- Bintari, Y. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kabel Pada PT Kabelindo Murni Tbk*.
- Bunyamin, M. S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Almumtaza (Ed.); Cet. 1). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Devi, L. N. S. (2021). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying* (Suatu Studi Pada Konsumen Rabbani Cabang Tasikmalaya).
- Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Fadilla, Z., Ns. Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan & Meilida Eka Sari, M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Nanda Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53–62. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>
- Febriansyah, K. (2020). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang*. Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta., 28–29.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. 299.
- Grace, O. M. (2022). *Pengaruh Beban Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pendamping PKH di Kota Bandung*. 1–106.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan*. 06, 37–43.
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). *Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa*. Vol. 2, No. 2, hal: 174–180.
- Hotnida Nainggolan, Dwi Hastuti, Dr. Chandra Hendriyani, Haryani, Riski Hernando, Irma Maria Dulame, Hery Afriyadi, & Fifian Permata Sari, Bagus Kusuma Wijaya. (2023). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Manajemen Pemasaran pada Masa Revolusi*

Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0 (Sepriano & Efitra (Eds.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Hursepuny, C. V., Oktafani, F., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2018). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee ID the influence of hedonic shopping motivation and shopping lifestyle on impulse buying at consumers shopee _ ID*. Vol. 5, No. 1, hal: 1041–1048.
- Imbayani, I. G. A., & Novarini, ni nyoman ari. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior*. Abstrak Konsumen dalam melakukan pembelian tidak jarang dilakukan tanpa terencana dan secara umum konsumen lebih menyukai tempat berbelanja modern diba. *E- Jurnal Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 2.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Vol. 13, Issue 1). Unitomo Press.
- Irkami, I. (2021). *Electronic Word of Mouth, Kepercayaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Wakoka Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Japarianto, E., & Suharto, S. (2013). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Vol. 6, No. 1, hal: 32–41.
- Jenni, A., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang. Journal of Management*, Vol. 2, No. 2, hal: 1–20.
- Maharani, N. D., & Santoso, E. B. (2019). *Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Sophie Paris Business Center (BC) Kota Batu. JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*. hal: 117–118.
- Mahendra, A. L. (2021). *Pengaruh Scarcity Message dan Dicount terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Tokopedia di Kota Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Maidah, E. Al, Sari, D. K., & Sidoarjo, U. M. (2022). *Pengaruh Price Discount, Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Brand Erigo Apparel Di Sidoarjo. XIX(2)*.
- Niviananda, D. (2021). *Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Bangun Indah Graha Cabang LA Sucipto Kota Malang) [STIE Dewantara]*.
- Nurhawati, D. (2015). *Pengaruh Manajemen Laba Dan Asimetri Informasi Terhadap Biaya Modal Ekuitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 s.d. 2013)*. hal: 51–76.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. In S. Sukarno, SIP (Ed.), *Management*

Pemasaran. Sukarno Pressindo.

Park, S. (2020). *Marketing Management*. Seohee Academy.

Prabowo, Y. F. (2018). *Strategi Pemasaran Pt Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smartfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan*. hal: 7–27.

Pradina. (2016). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang Jl Haryono, A. M., & Fitri Ayuni, R. (n.d.). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Kota Malang*. www.matahari.co.id

Rahma, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Alauddin, N. (2021). *Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Kepuasan Saat Berbelanja Di Online Shop Lazada Dengan Impulsive Buying Sebagai Variabel Intervening*.

Ramadhan, M. H. T., & Wahanggara, V. (2013). *Analisis Kebutuhan Tenaga Kerja SPBU Menggunakan Metode FTE (Full Time Equivalent)*. Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Jember, Vol. 1, No. 1, hal: 1–6.

Sanny, B. I., & Dewi, R. K. (2020). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Periode 2013-2017*. Vol. 4, No. 1, hal: 78–87.

Sari, N. A., & Indrawati, F. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior pada “Butik Kanabini” di Tenggarong*. Vol. 18, No. 2, hal: 107–118.

Siswanto, B. (2021). *Pengantar Manajemen*. Bumi Aksara.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (Ed.)). Alfabeta.

Tanjung, R., Haloho, R. D., Hasibuan, A., Butarbutar, M., Lie, D., Ramdhani, R. F., Sudarmanto, E., Handiman, U. T., Andriani, Purba, S., Estiani, Purba, B., Oetomo, D. S., Silalahi, M., & Sherly. (2022). *Pengantar Manajemen Modern* (R. Watrianthos (Ed.); 1st ed., Issue August). Yayasan Kita Menulis.

Uker, D. (2018). *Dasar-dasar Manajemen untuk Industri Pangan*. 1–40.

Ummah, N. (2020). *Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 11, No. 1, hal: 33–40.

Warsono, A. (2021). *Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dalam Rangka Stabilitas Produksi Pada “Home Industry Cakra Jaya” Kelurahan Cokromenggalan Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo].

Yulia, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).

Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Sahputra, H. (2022). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu)*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 10(2), 1315–1326. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2456>

Yunita, W. T. (2018). *Pengaruh Fashion Involvement dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying* [Universitas Medan].