

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. 2021. *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung)*. *Manajemen Pemasaran*, 15–33. Tersedia di : [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5141/\[12-11-2023\]](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5141/[12-11-2023])
- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Ahdiat, Adi. 2023. 5 E-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023. Tersedia : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Alfiyah, M. T., & Prabowo, B. 2021. *Pengaruh Promosi Penjualan dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Shopee di Kota Tuban*. *JBI*, 12(2), 1–10.
- Amanah, D., & Pelawi, S. P. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. *Quanomic*, 3(02), 10–18.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Angela, V., & Paramita, E. L. 2020. *Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Shopee Generasi Z*. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, Vol 10 Nomor 2, 248-262.
- Apri Budianto, M.M 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Penerbit Ombak:Yogyakarta
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. 2017. *Gaya hidup hedonisme dan impulse buying pada mahasiswa*. *Ecopsy*, 7(2), 378660.
- Arliny, Adinda., Muhammadun, Muzdalifah., Rusnaena, 2023. *Pengaruh Diskon Terhadap Peningkatan Impulse Buying Pembeli di Toko Sejahtera Kota Parepare*. *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah [ONLINE]*, Volume 1 Number : 58–68.
- Armstrong, G., & Kotler, P. 2017. *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi*.PT. Grafindo Persada.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

- Azwari, A. 2021. *Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia*. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(1), 37-41. Tersedia di : <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098> [19-1-2023]
- Baskara, I, B. 2018. *Pengaruh Potongan Harga (Discount) terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying)(Suatu Studi pada pengunjung Matahari Departemen Store Johar Plaza Jember)*.
- Berman dan Evans, 2014. *Retail Management*. 12th Edition. Jakarta; Pearson, vol 3. Hal 15-20
- C, Yoshi. 2016. *Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping*, 10
- Darma, L. A., & Japarianto, E. 2014. *Analisa pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra*, 8(2), 80-89.
- Della Ruslimah Sari, Ikhwan Faisal, 2018. *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan In-Store terhadap Keputusan Impulse Buying pada Giant Ekstra*
- Deni Apriadia, A. Y. S, 2017, *E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*, *JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, no 2, vol 1, hal 131– 136.
- Dewi, Karina N.202. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak Diterbitkan.
- Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono, 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2016. *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Fatiha Rahmalita Fitri, “ The Influence of Web Quality and Sale Promotion Toword Impulse Buying Behavior with Openness Personality as Moderating Variabel (study of Shopee Indonesia Online Store), *Jurnal Of Accounting Mnagement and Economics*, Vol. 20 No.1 (January, 2018), 49.
- Fatma, Nur. 2022. *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. PT. Nas Media Indonesia.
- Fauziyyah, A. N.,&Oktafani, F. 2018. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior*. *JURISMAi : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*. 8(1), 1-14.

- Firmansyah, A., & Mahardhika, M. B. W. 2018. *Pengantar Manajemen (1st ed.)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Griffin.2021.*Management*. Cengage Learning.
- Handoko, T. Hani. 2019. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi, PT.Bumi Aksara Jakarta
- Hasibuan, Malayu.S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Herliyani, C. 2017. *Kecenderungan Pembelian Implusif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Hotnida Nainggolan, S.T, M. ., Dwi Hastuti, S.E., & Dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran (Implementasi Manajemen Pemasaran pada Masa Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0)*.
- Hussein, A. 2021. *Pengaruh Shopping Enjoyment Dan Price Discount Terhadap Impulsive Buying Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UMSU)*.1–107.
- I, Imbayani., & N, Novarini. 2018. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 199-210.
- Isfantin, Sri. 2018. *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta*. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship. 7. 129. 10.30588/jmp.v7i2.362.
- Josep Tolisindo, 2017. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*”, Skripsi, Bandarlampung: Universitas Lampung.
- Kamarudin, Ilham, et. al. 2022. *Metodologi Penelitian Kesehatan Masyarakat*. Sumatera Barat : PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kangean, S., & Rusdi, F. 2020. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia*. Prologia, 4(2), 280.
- Khakim, M. L. 2020. *Pengaruh Hedonic Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying*.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 14, Jakarta:

Erlangga

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Larasati, K. L. D., and Yasa, N. N. K. 2021. "The Role of Positive Emotion in Mediating The Effect of Price Discount on Impulse Buying Indomaret Customers in Denpasar City, Indonesia". *European Journal of Management and Marketing Studies*.
- Latif, Muhammad Iqbal. 2018. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Di Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang*.
- Monica, M. Della, Nugrahawati, E. N., & Dwarawati, D. 2020. *Pengaruh shopping lifestyle terhadap online imlusive buying pada mahasiswa Universitas Islam Bandung*. *Prosiding Psikologi*, 6(2), 847-851.
- Nainggolan, N., & Taufik Parinduri. 2020. *Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Minimarket Indomaret Serbelawan*. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64.
- Nasuka, M. 2020. *Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai*. *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 5(01), 27-46.
- Nobel., Edriana., dan Lusy. 2018. *Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah terhadap Pembelian Impulsif pada Fashion Retail (Survei Online Pada Matahari Department Store Di Malang Town Square)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 61 No. 4 Agustus 2018.
- Nugroho J.Setiadi. 2019. *Perilaku : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan* . Prenadamedia group.
- Nurdiansyah, H. and Rahman, R. S. 2019 *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif
- Panjaitan, Roymon. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Putri, A.D.N., & Hery, P. 2023. *Shopping Lifestyle dan Diskon terhadap Impluse Buying di E-Commerce*. *Journal of Management and Bussines*, 5(1), 2656-8918.

- Putri, P. A. 2023. *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping, Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kecamatan Medan Sunggal*. Skripsi, 3(1), 14–20.
- Rahmadi, Yudi, 2020. *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Konsumen Di Fashion Ritel Suzuya Mall Banda Aceh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi: UIN AR-RANIRY.
- Riantono, I. E. 2014. *Pengelolaan manajemen modern dalam mewujudkan good corporate governance: Optimalisasi pencapaian tujuan perusahaan*. Binus Business Review, 5(1), 315-322.
- Risma, S., & Sukmawati, C. 2023. *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee Indonesia*. Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(1), 14.
- Robbins, P. Stephen, Mary Coulter. 2016. *Management*. Twelfth Edition. United States: Pearson Education Limited
- Rohman, A. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang: Inteligensia Media
- Sadya, Sarnita. 2023. APJII: *Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. Diakses melalui: <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>. [12 November 2023]
- Saputro, I. B. 2019. *Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35–47.
- Setiawati, Aas. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif*. Diss. Univeristas Komputer Indonesia. Tersedia di : <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5881/>
- Siregar, Edison. 2021. *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Bandung: Cetakan Pertama. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Siswanto, B. 2021. *Pengantar manajemen*. Bumi Aksara.
- Subkhi, A dan Jauhar. 2013. *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*. Jakarta : Prestasi Pustaka
- Sudarsono, H. 2020. *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, D. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suwandi, A. E. 2022. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Discount terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store Plaza Surabaya.*(*The Effect of Shopping Lifestyle and Discount on Impulse Buying at Matahari Department Store Plaza Surabaya*) (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. 2020. *Fashion Involment, Shopping Lifestyle dan Pembelian Implusif Produk Fashion*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33-40.
- Widia, S. R., & Whyosi, S. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang Pada Lazada.co.id*. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*.
- Xu, & Huang. 2014. "Effects of price discounts and bonus packs on online impulse buying" *Social Behavior and Personality*. A international journal, Volume 42, Number 8, 2014, pp. 1293-1302(10).