

DAFTAR PUSTAKA

- Amelisa, L. *et al.* 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 7 (3). 1-13. Diakses pada tanggal 16-01-2024.
- Amrulloh, M. Bachrurrosyady. 2019. *Manajemen Modern Sebagai Basis Pengembangan Kelembagaan Islam Ideal*. Jurnal of Applied Linguistics and Islamic Education. 3 (1). Diakses pada tanggal 15-12-2023
- Aprilia. E. D & Mahfudz. R. 2020. *Gaya Hidup Hedonisme dan Impulse Buying Pada Mahasiswa*. Jurnal Ecopsy. 7 (2). 71-78. Diakses pada tanggal 13-12-2023.
- Aribowo, et al. 2020. *Pengaruh Loyalitas dan Integritas Terhadap Kebijakan Pimpinan di PT. Quantum Training Center Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. 1 (1). 1-17. Diakses pada tanggal 01-01-2024.
- Ariyani, R. *et al.* 2023. *Pengaruh Voucher Diskon Go Food dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Di Aplikasi Gojek*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 9 (2). 122-134. Diakses pada tanggal 7-12-2023.
- Ayuni, Ilmi Hidayatul. *et al.* 2023. *Pengaruh Diskon Harga, Orientasi Fashion dan Perilaku Hedonisme Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Scarlett Whitening Melalui Marketplace Shopee di Kota Mataram*. Urnam Management Review. 3 (3). 61-78. Diakses pada tanggal 10-12-2023.
- Belisa, N. 2018. *Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekanbaru*. JOM FISIP. 5(1). 1-12. Diakses pada tanggal 5-12-2024.
- Bil, Y. 2020. *Analisis Faktor Trust Dan Price Discount Bagi Pengguna Traveloka Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Syntax Transformation. 1(10). 777-781. Diakses tanggal 22-12-2023.
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Erdiana, Atty dan Lestari. 2023. *Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Diskon Dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Konsumen Wanita*. Surakarta Management Journal. 5 (1). 52-62. Diakses pada tanggal 10-12-2023.
- Fadliyah, L. 2015. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Jilbab di Pasar Johar Semarang*. Skripsi pada Program Studi Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Febriani, S.F dan Purwanto, N. 2019. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involment Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Hijab Batik Rabbani*

Jombang. JMD: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara. 2 (2). Diakses pada tanggal 4-12-2023.

Firmansyah, M.A dan Mahardika, B.W. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.

Gunandhi, E.C & Japarinto, E. 2015. *Analisa Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Lifestyle dan Emotional Response Sebagai Variabel Intervening Pada The Body Shop Indonesia*. Jurnal Manajemen Pemasaran. 1 (1). 1-9. Diakses pada tanggal 11-12-2023.

Hakim, L dan Saragih, P. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara di UD. Baraleng Tani Jaya Batam*. Jurnal Ecobisma. 6 (2). Diakses pada tanggal 13-01-2024.

Hamdi. 2020. *Penerapan Fungsi Manajemen Pada Kantor Kelurahan Rantau Kiwa Kecamatan Tapin Utara Kabupaten Tapin*. Jurnal Ekonomi Bisnis. 6 (2). Diakses pada tanggal 9-12-2023.

Hasibuan, Ahmad Tarmizi. *et al.* 2022. *Konsep dan Karakteristik Penelitian Kualitatif serta Perbedaannya dengan Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Pendidikan Tambusai. 6 (2). Diakses pada tanggal 14-12-2023.

Hernaeny, U. 2021. *Pengantar Statistika 1*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Husaini dan Fitria Happy. 2019. *Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam*. Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan. Program Pascasarjana Univeristas PGRI Palembang. 4 (1). Diakses pada tanggal 14-12-2023.

<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

<https://www.gojek.com/id-id/help/GoFoodweb/>

Ilma, A dan Yusuf, M. 2020. *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai*. Jurnal Manajemen. 12 (2). 253-258. Diakses tanggal 13-01-2024.

Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Ispandi, et al. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Website Backpacker Jakarta Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode Webqual*. Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer. 4 (2). Diakses pada tanggal 13-01-2024.

Jayanti, N. A., Saroh, S., dan Zunaida, D. 2020. *Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon, Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang)*. 9(2). 322-329. Diakses pada tanggal 22-12-2023.

- Jokhu, J. R. 2022. *Apakah Konsumen Impulsif Dalam Membeli Makanan Melalui Media Aplikasi Daring? Implikasi Promosi Oleh Aplikasi Gojek, Emosi Positif dan Minat Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif*. Jurnal Ilmu Manajemen. 10 (3). 881-892.
- Juhji.Wahyudin. *et al.* 2020. *Pengertian, Ruang Lingkup Manajemen, dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara. 1 (2). Diakses pada tanggal 13-12-2023.
- Jumiyati dan Azlina, Y. 2019. *Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada PT. Kimia Farma (Persero) Tbk Jakarta*. Jurnal AKRAB UTARA. 4 (4). 226-238. Diakses pada tanggal 30-12-2023
- Kristanto, V.H. 2018. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Mahendra, D. 2020. *Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Atmosphere Dengan Perilaku Impulse Buying pada Konsumen Yeni Toserba Bulu, Kabupaten Pemalang*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
- 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. Diakses pada tanggal 15-12-2023.
- Nasir, M., dan Harti. 2017. *Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora.co.id Di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). 1(1). 15-18. Diakses pada tanggal 6-12-2023.
- Nisaputra, Rezkiana. 2023. *Ekonomi Tak Pasti, 67% Masyarakat Malah Antusias Belanja Online*. Jakarta: Infobanknews.com. Tersedia di <https://infobanknews.com/ekonomi-tak-pasti-67-masyarakat-malah-antusias-sambut-promosi-belanja-online/>
- Purnamasari, *et al.* 2021. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying pada Shopee. Co.Id*. Jurnal Cakrawala. 4 (1). 36-48. Diakses pada tanggal 4-12-2023.
- Purwandari, S. 2022. *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Putranto, A. T dan Qiyanto, A. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa*. Jurnal Disrupsi Bisnis. 3 (2). 1-11. Diakses pada tanggal 13-01-2024.
- Putri, Nurul Eka & Ambardi. 2023. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan)*. Jurnal Bintang Manajemen. 1 (3). 282-294. Diakses pada tanggal 05-01-2024.

- Ridha, N. 2017. *Proses Penelitian Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian*. Jurnal Hikmah. 14 (1). 62-70. Diakses pada tanggal 06-01-2024.
- Rijali, A. 2018. *Analisis Data Kuantitatif*. Jurnal Alhadharah. 17 (33). 81-95. Diakses pada tanggal 5-01-2024.
- Rusni, Andi dan Solihin, Ahmad. 2022. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline "Gratis Ongkir" Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. 7 (2). 167-179. Diakses pada tanggal 10-12-2023.
- Setianingsih, Eka Sari. 2018. *Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak*. Jurnal UPGRIS. 8 (2). 139-150. Diakses pada tanggal 14-01-2023.
- Siyoto, S & Sodik, A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sopyan, P & Kusumadewi, R. N. 2020. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Ilmiah Manajemen. XI (3). 207-216. Diakses pada tanggal 20-12-2023.
- Suawa, A. J. et al. 2019. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di New Ayam Bandung Resto Kawasa Megamas Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 07 (04). 5195-5204. Diakses tanggal 5-12-2023.
- Sugianto, Yonita Magdalena Ngurah. 2016. *Pengaruh Website Quality, Electronic Word-Of Mouth, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Zalora*. Jurnal Strategi Pemasaran. 3 (2). Diakses pada tanggal 11-01-2024.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, D dan Saksono, Y. 2022. *Perilaku Konsumen*. Purbalingga: CV. Eureka Publisher.
- Suprpto dan Azizi. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo. Myria Publisher.
- Syamsiar, R. G. 2022. *Pengaruh Brand Trust dan Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Tambunan, Y. S., dan Sari, M. K. 2020. *Pengaruh Pemberian Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Dagang Wira Jayasibolga*. Jurnal Aksara Public. 4 (3). 134-146. Diakses pada tanggal 16-12-2023.

- Telusa, A. et al. 2013. *Penerapan Analisis Korelasi Parsial Untuk Menentukan Hubungan Pelaksanaan Fungsi Manajemen Kepegawaian Dengan Efektivitas Kerja Pegawai*. Jurnal Berekeng. 7 (1). 15-18. Diakses pada tanggal 05-01-2024.
- Trimarti, Novita. 2014. *Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan*. Psikopedagogia. 3 (1). 20-28. Diakses pada tanggal 31-12-2023.
- Ulfa, Rafika. 2021. *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*. Jurnal Pendidikan dan Keislaman. STIT Batu Bara. 3 (2). 342-351. Diakses pada tanggal 20-12-2024.
- Vivian, Sarah. 2020. *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. Jurnal Transaksi. 12 (1). 51-66. Diakses pada tanggal 4-12-2023.
- Wahyudi, S. 2017. *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Valuta. 3(2). 276-289. Diakses pada tanggal 5-12-2023.
- Wardani, P. A., Reinaldy, F. R., & Tyas, I. P. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan dengan Menggunakan Jasa ShopeeFood*. Literasi; jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif . 2 (1). 163-192. Diakses pada tanggal 19-12-2024.
- Warnerin. G., Dwijayanti, R. 2020. *Pengaruh Diskon dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Departement Store Gress Mall Gresik*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. 8 (2). 896-903. Diakses pada tanggal 20-12-2024.
- Wibowo, H.O dan Rahayu, Saptani. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Go-Food Di Kota Solo*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Pendidikan. 8 (1). 70-78. Diakses pada tanggal 28-12-2024.
- Wijaya, Evelyn & Octafilia, Yusnita. 2022. *Pentingnya Brand Image Produk: Kajian Pada Produk Scarlet Whitening*. Jurnal Manajemen. 4 (3). Diakses pada tanggal 18-12-2023.
- Zannah, Intan Zahrotul., Kusniawati, Aini & Prabowo, FHE. 2023. *Pengaruh Flash Sale, Cashback, dan Promo Gratis Ongkir Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Impulse Buying*. Repository Unigal.