

DAFTAR PUSTAKA

- Alinda Mahdiyan. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–11.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262.
- Greenwood, L. 2012. *Fashion Marketing Communication*. E-book. Somerset, NJ, USA.
- Ilmu, J., Sosial, P., Ilmu, F., Dan, T., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2018). Kota Bogor (Studi Kasus : Cakekekinian Bogor).
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23* (Edisi 8). Universitas Diponegoro.
- Jumhari M.2022.Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dimasa Pandemi Covid19.<https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/284/222>.
- Kho, B. (2020, April 29). *Ilmu Manajemen Industri*. Retrieved from Ilmu Manajemen Industri: <https://ilmumanajemenindustri.com/teori-kebutuhanmcclelland-mcclellands-theory-of-needs/>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

Larasati, K. D., & Pamungkas, I. N. A. (2021). Penggunaan Brand Ambassador Laudya Cynthia Bella pada Bandung Makuta Cake sebagai Upaya Membangun Citra Merek. Media Nusantara.

Lovelock, Christopher, H. dan Lauren K. Wright. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan II. Indeks. Jakarta.

Oktaviani, Andyta Rizki. (2022). *Analysis Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation And Flash Sale On Online Impulse Buying*. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 3(4)

Pramesti A. D., & DwiridotjahjonoJ. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(5).

Rahma, W. S., & Septrizola, W. (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 Volume 01 Nomor 01 2019, 01(01), 276–282.

Ramanto, I., Tinggi, S., Ekonomi, I., Padang, K., & Susanti, F. (2023). *Pengaruh Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online Produk Bukalapak*. 1(2), 141–157.

<https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.277>

Sarwono, Jonathan. 2012. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: Alex Media Komputindo.

- Suhartini, Y. I., Rodhiyah, & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1–10.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, Dewi Noor; Sari, Ayuni Permata. (2021). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement*. **Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika**, [S.l.], v. 9, n. 2, p. 62-69.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya*. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 3(4).
- Yamit, Zulian. 2017. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Penerbit: Ekonisia. Yogyakarta.
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 360–368.