

DAFTAR REFERENSI

- Açan, B., Özhan, Ş., & Akkaya, D. T. (2021). The effects of materialism and hedonic shopping value on the impulse buying behavior: A study on university students in Turkey. *International Journal of Society Researches*, 17(36), 2518-2545.
- Adnan, A. (2021). Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1).
- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). *Sefa Bumi Persada Aceh*.
- Aini, E. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8 (1), 17-27.
- Ajjiah, J. H. dan Selvi. E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. 13(2), 232–236.
- Ajnura, U., Ikramuddin, I., Chalirafi, C., & Subhan, M. (2024). Pengaruh Faktor Pendorong Belanja Online Terhadap Niat Perilaku Konsumen di Kota Lhokseumawe dengan Metode Pembayaran Cash-On-Delivery Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 25-39.
- Almaida, R. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Merchandise BTS pada Army Binjai. *Doctoral dissertation*, Universitas Medan Area.
- Anggraini, N. A., & Anisa, F. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulsif Buying Pada Konsumen Shopee Fashion Magelang Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi. *Magelang Conference Series*, 317–327.
- Anisa, R. P. (2022). Pengaruh Atmosfer Toko, Fashion Involvement, Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Behavior Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Wanita Chandra Superstore Metro. *Doctoral dissertation*.

- Aprilianti, A., Bachri, N., Biby, S., & Muchsin, M. (2023). Green Marketing Dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1).
- Ardiansyah. (2019). Pengaruh Pembayaran Upah dan Insentif Terhadap Produktifitas Karyawan. Skripsi STIE Pemuda Surabaya.
- Ariyanto, Fajar. (2020). Pengaruh Trend Fashion Dan Pengetahuan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Kampung Batik Semarang.
- Arna, W. B., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Jurnal Statistika dan Matematika*.
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125-131.
- Asnain, K., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus. Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science.
- Asriningati, M., & Tri I. W. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Lazada.Co.Id. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. 15(2)
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. In *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS (Vol. 4)*.
- Budiyanto, E., & Indriyani, N. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pada Toko Roti di Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(3), 56-62.
- Cahyono, Krido Eko.(2019).Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping Life Style Pada Industri Kulit Sidoarjo.*Jurnal Balance*,Vol.XVII No.2, 161- 176.
- Chan, G. F., Akhmad, I., & Hinggo, H. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 151-159.

- Desty, I. D., Wijayanto, H., & Purwaningrum, T. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pembelian Hijab Merek Rabbani Di Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo Pada Masa Pandemi. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 331-343.
- Devi, B. S., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. M. I. Pengaruh Fashion Involvement Dan Visual Branding Terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M Di Surabaya.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D, & Miniard, Paul W. (2019). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-6 Jilid Pertama. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Erdem, A., & Yılmaz, E. S. (2021). Investigation of hedonic shopping motivation effective in impulse buying behavior of female consumers on Instagram. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(64), 1605-1623.
- Fauziyyah, A. N., & Farah O. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. 8(1)
- 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*.
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulse Buying Konsumen Studi Kasus: Impulse Buying pada mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159-185
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habayahan, A. R., Ritonga, M. N., & Siregar, E. Y. (2021). Analisis sikap belajar siswa selama pandemi covid-19 tingkat SMA di Kecamatan Barus. *JURNAL MathEdu (Mathematic Education Journal)*, 4(1), 107-114.
- Haryanti, Intisari. dkk. (2020). Hedonic Motives and Fashion Trends in Decisions to Purchase Veil Clothes. *Altantis Perss*, vol. 465.
- Ikramuddin, I., Matriadi, F., Iis, E. Y., & Mariyudi, M. (2021). Marketing performance development: Application of the concept of digital marketing

- and market orientation strategy in the MSME sector. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 1(2), 181-190.
- Ikramuddin, I., Mariyudi, M., Matriadi, F., Roni, M., & Ahyar, J. (2024). Customer Loyalty In E-Commerce: An Exploration Of Its Influencing Factors. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 25(1), 1-9.
- Issalillah, F., Khayru, R. K., Darmawan, D., Amri, M. W., & Purwanti, S. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Rokok Mild Berdasarkan Persepsi dan Sikap. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(2), 49-53.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kaseger, A., Massie, J. D., & Tumewu, F. J. (2020). The Effect Of Store Atmosphere, Fashion Involvement, And Shopping Enjoyment On Impulsive Buying For Female In Manado City (Case At Stroberi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Laurra, L., Oswari, T., Hastuti, E., & Yansi, M. (2021, May). The Effect of Shopping Lifestyle, Fashion Involvement and Sales Promotion on Positive Emotions. In *Proceedings of the 3rd Beehive International Social Innovation Conference, BISIC 2020*, 3-4 October 2020, Bengkulu, Indonesia.
- Maghfiroh, A., & Riptiono, S. (2019). Analisis Pengaruh Variety Of Selection Terhadap E Impulse Buying Dengan Web Browsing Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah (JIMMBA)*, 1(1), 25–38
- Mahendra, D. (2020). Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, Dan Store Atmosphere Dengan Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Yeni Toserba Bulu, Kabupaten (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Maidah, E. A., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Price Discount, Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada

- Pengguna Brand ERIGO Apparel di Sidoarjo. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(2), 165.
- Mariyudi, M., Ikramuddin, I., Anwar, K., & Matriadi, F. (2022). Cluster business development model of agribusiness-based MSMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(6), 711-720.
- Maryati, D. E., & Erveni (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43.
- Mayasari, D. N., Wahyono, N. D., & Rizal, R. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Topi Tani Produksi Gapoktan Mitra Tani Sejati Di Kecamatan Silo Kabupaten Jember: Gapoktan Mitra Tani Sejati in Silo, Jember District. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 23(2), 197-204.
- Muazimah, A. (2020). Pengaruh Fast Fashion Terhadap Budaya Konsumerisme Dan Kerusakan Lingkungan Di Indonesia. 7, 1–15.
- Muchsin, M. (2017). Hasil Uji Plagiasi (Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara). *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1), 85-89.
- Mulyana, M., & Azka, M. (2022). Market Sensing Capability and Customer Relationship Management on Marketing Performance: Role E-Marketing Strategy. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 22(3), 279.
- Mulyana, M., Zakaria, Z., & Mahmood, R. (2021). Designing Architectural Marketing Capabilities To Increase the Performance of Small and MediumSized Enterprises.
- Nguyen, S., & Ha, T. (2021). Predictors of fast-fashion-oriented impulse buying: The case of Vietnamese millennials. *Management Science Letters*, 11(7).
- Nining, A. N., Hurnis, D., & Triani, M. (2022). Review Digital Marketing And Hedonic Shopping Value Affect Impulsive Buying: Review Digital Marketing And Hedonic Shopping Value Affect Impulsive Buying. *Asean International Journal of Business*, 1(2), 82-87.

- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan) *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*.
- Nurcholis, L., & Sa'adah, N. (2022, June). E-impulse buying improvement with product knowledge, shopping lifestyle, and positive emotion. In *Computational Intelligence in Security for Information Systems Conference* (pp. 315-324). Cham: Springer International Publishing.
- Padmasari, D., & Widyastuti, W. (2022). The influence of fashion involvement, shopping lifestyle, sales promotion on impulse buying on users of shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 123-135.
- Pera, Peti. (2021). Dampak Tren Fashion Terhadap Konsep Diri Remaja Desa Penandingan Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat. Diakses dari <http://repository.iainbengkulu.ac.id/6664/>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.
- Poluan, F. J., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 113–120.
- Pramestya, N. L. P. U. M., & Widagda, I. J. A. (2020). The role of positive emotion mediates fashion involvement on impulse buying. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(9), 1-8.
- Prasetia, K. H. (2020). Pengaruh hedonic shopping motivation, promotion, dan shopping lifestyle terhadap impulse buying pada konsumen shopee (Studi Empiris pada Mahasiswa UMMagelang). (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Putra, M. R. M., Albant, M. A. K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, Dan Shopping Life Style, Dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee. *Revenue: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Islam*, 3(02), 21-29.

- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504-514.
- Rahma, W. S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pada Lazada. Co. Id. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1).
- Rahmah, Hadaita. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya).
- Ramadhani, T. D., & Setiyaningrum, I. F. (2023). Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle*, Dan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee (Studi Pada Generasi Z Di Kabupaten Karanganyar) (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).
- Rasyid, C. N., & Farida, L. (2023). the Effect of Price discount and Hedonic Shopping Value on Impulsive Buying At Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 245-257.
- Rismawati, R., & Pertiwi, I. F. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening. *Social Science Studies*, 2(3), 215-239.
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1-9.
- Ruskamto, M., Pragiwani, M., & Anhar, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Instansi terhadap Kepuasan Masyarakat pada Kantor Administrasi Hukum Umum Cikini Jakarta.

- Sahetapy, W. L., KURNIA, E. Y., & Anne, O. (2020). *The influence of hedonic motives on online impulse buying through shopping lifestyle for career women* (Doctoral dissertation, EDP Science).
- Salim, R. (2020) , Electronic Word of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee. 17(02), 22–31.
- Santoso, Dwi Maharani., Nanda dan Boedhi., Eko. 2021"Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shophie Paris Busines Cente rkota Batu." *Journal Of Business and Innovation Management*,: 367-379.
- Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen. *AKUNTABEL*, 18(4), 683-690.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspketif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen (ke-7.)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sopiyan, & Kusumadewi. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207–216.
- Styowati, C. Y., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Sociolla di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1353-1361.
- Sucidha, I. (2019). Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *AtTadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 1–10
- Sumampow, K. Z., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Fashion Involvement, Sales Promotion Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Megamall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 809-819.

- Susanti, D. N., & Sari, A. P. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement. *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika*, 9(2), 62-69.
- Taruli, Y. M., & Palumian, Y. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Continued Usage Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pelanggan Online Marketplace Di Jawa Timur. *Agora*, 10(1).
- Tenaya, A. A.. (2021). Hegemoni Fashion Barat Pada Busana Bangsawan di Bali Utara (1800-1940). *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(2), 245–253.
- Tumangger, R. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Di Fashion House 10 Tasbih 1 Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Umiyati, H., (2021). Populasi Dan Teknik Sampel. Populasi Dan Teknik Sampel (Fenomena Pernikahan Dibawah Umur Masyarakat 5.0 Di Kota/Kabupaten X), 0-25.
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 33-40. Online.
- Wahyuni, S. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Toko Pakaian Tri Collection di Desa Bandar Masilam, Kecamatan Bandar Masilam.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.
- Wulan, W. N., Suharyati, & Rosali. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana pada Toko Online Shopee. *Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 54. Online.
- Yani, A. M., Ikramuddin, I. I., Rusydi, R. R., & Edyansyah, T. (2022). Pengaruh Variabel Consumer Nostalgic, Consumer Ethnocentrism, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pepsodent. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2).
- Yiğit, M. K. (2020). Consumer mindfulness and impulse buying behavior: testing moderator effects of hedonic shopping value and mood. *Innovative Marketing*, 16(4), 24.

- 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).
- Zaelani, F. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslim Online (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi)". *Sarjana Tesis, Universitas Siliwangi*, 148, 148–162.
- 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.