

DAFTAR REFERENSI

- Adnan. (2017). *Perilaku Konsumen* (T. Edyansyah (ed.); 1st ed.). Cv. Sefa Bumi Persada.
- Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Café , Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 15–25.
- Adnan, R. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing ke New Wave Marketing)* (E. Jummaini (ed.); 1st ed.). Cv. Sefa Bumi Persada.
- Adnan, Yunus, M., Adam, M., & Hafasnuddin. (2019). The effect of product quality, brand image, price, and advertising on purchase decision and its impact on customer loyalty of morinaga milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(4), 234–249.
- Andik, D., N, R., & Mohammad, R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Lazada.Co.Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma). *Jurnal Riset Manajemen*, 121–136.
- Danang Sunyoto, Y. S. (2022). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Edyansyah, T., Ahyar, j., Ilham, R. N., Chalirafi, C., & Sulaida, s. (2022). The Effect Of Psychographic Lifestyle On Purchase Decisions At Hanging Cafes In Southwest Aceh District. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi, & Akunansi (MEA)*, 6(1), 1017–1029. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i1.2538>
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Mulvariate dengan Program IBM SPSS 25*. Perpustakaan ITB Widya Gama.
- Ginting, S. S., & Srimenda. (2019). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Implusif secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kecamatan Pancur Batu*. Universitas Sumatra Utara Medan.

- Ginting, N. M., & Bangun, R. B. (2022). Pengaruh Gaya hidup dan Persepsi konsumen Terhadap Keputusan pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *Value*, 3(1), 114–125. <https://doi.org/10.36490/value.v3i1.381>
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 59–69.
- Irawan, D. O., Arifin, R., & Basalamah, M. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse buying (Studi Kasus Pada Mahasiswi Yang Pernah Berkunjung Ke Center Point Di Mall Olympic Garden Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, Vol.09(No.04), 152–167.
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying: a meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 384–404. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00670-w>
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Ec-Entrepreneur*, 7(2).
- Lee, C. H., & Chen, C. W. (2021). Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the stimulus-organism-response framework. *Information (Switzerland)*, 12(6), 1–17. <https://doi.org/10.3390/info12060241>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>
- Mahdiyan, A., & Hermani, A. (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.
- 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. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>
- Manalu. (2017). Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Kota Pekanbaru (studi kasus siswa SMA Negeri 12 Pekanbaru). *JOM Fisip*, 4(2).
- Marlina Manalu. (2017). Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Pekanbaru (Studi kasus Siswa SMA Negeri 12 Pekanbaru). *JOM Fisip*, 4(2).
- Minarti, M. S. (2020). *Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee* [Universitas Putera Batam]. [http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/217/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf)
- Mowen, John C dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Erlangga.
- Nainggolan, N. T., Munandar. M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., A., D. P. Y., Sudirman, A., Gandasari, D., M., N., Kusuma, A. H. P., Rumondang, A., & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Dgital Yayasan Kita Menulis.
- Ningrum, H. (2023). Shopping Lifestyle dan Diskon terhadap Impulse Buying di E-commerce. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5, 94–107.
- Ningrum, P. A. D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 767–776.
- Nurtanio, I. N., Bursan, R., Wiryawan, D., & Listiana, I. (2022). Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying in Bukalapak E-Commerce (Study on Bukalapak Consumers in Bandar Lampung). *Takfirul Iqtishodiyah (Jurnal Pemikiran Ekonomi Syariah)*, 2(2), 1–28. <http://ejournal.stisdulamtim.ac.id/index.php/JTI>
- Of, R., & Geographical, I. (2021). *The Influence Of Lifestyle , Hedonic Motivation , And Sales Promotion On Impulse Buying*. 11, 705–713.
- Padmasari, D., & Widyastuti, W. (2022). Influence of Fashion Involvement,

- Shopping Lifestyle, Sales Promotion on Impulse Buying on Users of Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 123–135.
- Pipih Sopiyan, & Neny Kusumadewi. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207–216. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.115>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. [842/jurnalinobis.v4i3.189](https://doi.org/10.30605/inoabis.v4i3.189)
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124.
- Purwati, A. A., Yusrizal, Y., & Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36.
- Ramadayanti, F. (2019). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jsmb*, 6(2), 78–83. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>
- Rhenata Alfina Priyani, C., & Rizal Riva, A. (2023). The Influence Of Hedonic Consumption, Sales Promotion, Brand Image, And Price Discount On Impulse Buying In Marketplace Tokopedia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1892–1900.
- Riadi, M. (2018). *Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hdup*. Kajianpustaka.Com.
- Safriani, B., Jullimursyida, J., Maimunah, S., & Edyansyah, T. (2023). the Influence of Hedonic Shopping Motivation on Impulsive Buying Behavior on Instagram (a Case Study of Malikussaleh University Female Students). *Proceedings of International Conference on Finance Economics and Business (ICOFEB)*, 1(1), 0018. <https://doi.org/10.29103/icofeb.v1i1-.593>
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. Gosyen Publishing.
- 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. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9856>
- Siahaan, A. A., Pasaribu, R. M., & Manajemen, P. S. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dikalangan Generasi Z Di Kota Medan. *Journal Business and Management*, 1(1), 54–64.
- Sihombing, D. O., & Sukati, I. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Life Style, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Shopee di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(2), 754–766. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.610>
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discont Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 4(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- Sujawerni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PT. Pustaka Baru.
- Sumarsid, A. B. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Utami Indah Ayu. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. CV Pustaka Bengawan.
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Diskon , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 321–327. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.596>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>