

DAFTAR REFERENSI

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis*.
- Afida , A., & Zamzami , M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (diskon) dengan Berjangka Waktu di Pusat Pembelajaran Ramayana Kota Salatiga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Agisnawati , A. (2021). Pengaruh Diskon Promosi dan Brand Image terhadap Loyalitas Pembelian Produk pada Online Shop (Studi Kasus Konsumen Online Shop Shoppe Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen* .
- Asamoah, E. S., & Chovancova, M. (2011). The Influence of Price Endings On Consumer Bahavior: An Application Of The Psychology of Peception. *Acta Universitatis Agriculture Et Silvicultur Mendeliana Brunensis*.
- Ansofino, Jolianis, Yolamalinda, & Arfilindo, H. (2016). Buku Ajar Ekonometrika. Yogyakarta: Penerbit Deepublish .
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam. *Journal Of Management, Accouting, Economic and Bussiness*.
- Bhatti, A. (2018). Sales Promotion and Price Discount Effect on Consumer Purchase Intention with the Moderating Role of Social Media in Pakistan. *International Journal of Business Management*.
- Cavusoglu, S., Demirag, B., & Durmaz, Y. (2020). Investigation Of The Effect of Hedonic Shopping Value On Discounted Product Purchasing. *International Business and Strategy* .
- CL, H. k., & JCC, L. (2008). Penerimaan Penggunaan blog peran penerima Teknologi Pengaruh Sosial dan Motivasi Berbagai Pengetahuan. *Manajemen Informasi*.
- Darma, L. A., & Japariato, E. (2014). Analisa Pengaruh Hedonis Shopping Velue terhadap Implusif Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra Word Surabaya. *Manajemen pemasaran*, 81-82.

- Davis , F., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (2016). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal Of Applied Social Psychology*.
- Dey, D. K., & Srivastava, A. (2017). Niat Pembelian Implusif Konsumen Muda dari Perspektif Belanja Hedonis. *Jurnal Penelitian bisnis India*.
- Diener, E., Lucas, R. E., & Scollon , C. N. (2010). Beyond The Hedonic Treadmill. *American Psychologist*.
- Fauzi, L. U., welsa, H., & Susanto. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impluse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening. *Jurnal bisnis teori implementasi*, 152-153.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Soete, L., & Freeman, C. (2012). *The economics of industrial innovation*. routledge.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Editor*. pearson Education Inc.
- Hasan, A. (2010). *Pemasaran*. Yogyakarta: Media Persido.
- Hasan, I. Y. (2017). Pengaruh Promotion Mix terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Henning , B., & Vorderer, P. (2016). Psychologi Escapism Predicting the Amount of Television Viewing by Need for Cognition. *International Communication Association*.
- Hsu, C. L., & Lin , J. C. (2008). Acceptance of Blog Usage: The Roles Of Technology Acceptance, Social Influence and Knowladge Sharing Motivation. *Journal Information & Management*.
- Isabella, G., Pozzani , A. L., Chen , V. A., & Gomes, M. B. (2012). Influence of Discount Price Announcements on Consumer's Behavior. *Revista De Adiministracao de Empresas*.
- Japarianto, E., & Monika, Y. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Implusif Buying dengan Shopping Lifestyle sebagai Moderator pada Online Shop Chocochips. *Manajemen Pemasaran*, 2-3.
- Kahneman, D., Wakker, p., & R, S. (2009). Kembali Ke Bentham?Eksplorasi Utilitas Berpengalaman. *Jurnal Ekonomi Triwulanan*.

- Kotler, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas jilid 2*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Kumala , F. O., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Miat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*.
- Kurniati, D., & Jailani, M. S. (2023). Kajian Literatur;Refernsi kunci, State Of Art,Keterbaruan penelitian (Novelty). *jurnal pendidikan sosial dan humaniora*.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., & Andy. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Implusif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Manajemen*.
- Masruroh, I. A., Djaelani, A. K., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh Price Discount dan Kualitas ProsuK terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shoppe dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*.
- Nasrul , C. P., & Yasri. (2018). Tinjauan Pustaka Tentang Pengaruh Promosi Penjualan, Belanja Gaya Hidup , Suasana Toko, dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan. *Ekonomi Bisnis dan Manajemen*.
- Nurainun. (2021). Pengaruh Kemudahan, kepercayaan dan Keamanan Pengguna Media Sosial Whatsapp Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dab Bisnis, Universitas Malikussaleh Di-Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis*.
- Panggabean, A. P. (2017). Kualitas Interaksi Sosial antara Penjualan dan Pembelian di Taman Pintar Book Store Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi*.
- Pfeffer, J., T. Fong, C., B. Cialdini, R., & R. Portnoy, R. (2017). Overcoming the Self-Promotion Dilemma: Interpersonal Attraction and Extra Help As a Coneqence of Who Sings One's Praises. *Personality and Social Psychology Bulletin*.
- Purnamasari , L. S. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada Shoppe.CO.ID (Studi Kasus di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi). *Cakrawala*, 39-40.

- Ramadania, R., Ratnawati, R., Juniwati, J., Afifah, N., Heriyadi, H., & Darma, D. C. (2022). Impulse Buying and Hedonic Behaviour: a Mediation Effect of Positive Emotions. *Virtual Economics*, 5(1), 43-64.
- Rimadiaz, S., & Lubis, M. a. (2020). *Perspektif Hedonis Shopping Motivation dalam Mendorong Impluse Buying Behaviourpada Konsumen Prodok Kosmetik Watson Indonesia*. 2020.
- Saputra, R. (2018). Pengaruh Iklan dan Cirta Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen pada Dealer CV cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung. *Jurnal Manajemen*.
- Sit, J., & Merrilees, B. (2019). Undestanding Satisfaction Formation Of Shopping Mal Entertainment Seekers a Conceptual Model. *Brand Managements*.
- Steel, P., Schmidt, J., & Shultz, J. (2008). Refining the Relationship Between Personality and Subjective Well-Being. *American psychological association*.
- Sudiro, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli pada Konsumen Amdk Amidis di Semarang. *Jurnal Ilmiah Untag Semarang* .
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif dan R&D*. Bandung PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung Alfebeta.
- Sunyoto, D. (2012). Analisis validitas dan asumsi klasik. *Yogyakarta: Gava Media*.
- Suryana. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Laksana jaya 88 jiput-pandeglang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shoppe. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Troilo, M. L. (2014). Collaboration, Product innovation, and sales: an Empirical Study of Chinese Firms. *Jurnal of Technology Management in China*.
- AL, A. (2017). Analisis Indeks Kebahagiaan Di Indonesia. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 6(1).

- Venkatesh. (2016). Penentuan Kemudahan Penggunaan Mengitergrasikan kontrol motivasi Intrinsik dan Emosi dalam Model penerimaan Teknologi. *Jurnal Sistem Informasi*.
- Widagdo, B., & Roz, K. (2021). Hedonic shopping motivation and impulse buying: The effect of website quality on customer satisfaction. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(1), 395-405.
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh price discount terhadap impulse buying. *Valuta*, 3(2), 276-289.
- Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Variabel Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*.
- Younus , S., Rasheed, F., & Zia , A. (2015). Identifying The Factors Affecting Costumer Purchase Inention. *Journal Of Management and Business Research*.
- Yu, C., & Bastin, M. (2010). Hedonic shopping value and impulse buying behavior in transitional economies: A symbiosis in the Mainland China marketplace. *Journal of Brand Management*, 18, 105-114.
- Zhang, J., & Hoenig, S. (2019). Produk Development strategy Produk Innovation Performance, and The Medianting Role Of Knowledge Utilization Evidance from subsidiaries in China. *jurnal pemasaran internasional*.