

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto, P. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee Id. *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34. <https://doi.org/10.47201/Jamin.V2i2.51>
- Agisnawati 2018. (2018). *Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop*. 7–24.
- Amalia Solikah Putri, P. T. K. (2022). *Hubungan Shopping Lifestyle Dan Self Control Dengan Impulsif Buying Pada Mahasiswa*. 000.
- Amrullah Et Al., 2016. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat Di Surabaya. *Applied Microbiology And Biotechnology*, 85(1)
- Anggreani, D. D. M., & Suciarto A., S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Toko Belanja Online Shopee). *Jemap*, 3(1), 36–51.
- Artameviah, 2022. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E- Commerce Shopee. *2.1, 2004*, 6–25.
- Ayu, P., Febrianty, T., Nyoman, N., & Yasa, K. (2020). The Effect Of The Store's Atmosphere, Emotional Shopping, And Shopping Lifestyle On Impulse Buying (Study On Miniso Retail Customers In Denpasar City). *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research*, 11, 38–48. [Www.Ajhssr.Com](http://www.ajhssr.com)
- Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Korelasi: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1323–1337.
- Barokah, S., Mustofa, D., & Rahmadani, P. P. (2021). Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Minat Beli Penggemar Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina

- Terhadap Skincare Ms Glow. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management And Business*, 4(3), 511–520.
- Baroroh, A. (2018). Deskripsi Pemasaran Pameran Abstract Party Borobudur Today 2018 Di Galeri Limanjawi Art House. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 21(1), 16–33. <https://doi.org/10.24821/ars.v21i1.3175>
- Christanto, E. I., & Haryanti, S. S. (2021). Impulsive Buying Behavior Pada Konsumen Online. *The National Conferences Management And Business (Ncmab) 2018 “Pemberdayaan Dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital,”* 362–374. www.gsicommerce.com/news_events/
- Dewi, J. S., & Fariza, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Fashion Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Merek Nevada Di Matahari Grage Mall Cirebon. *Jurnal Witana*, 1(2), 38–44.
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 01–19.
- Faman Sumantoro. (2021). *Pengaruh Iklan, Flash Dan Tagline “Gratis Ongkir” Shop*. 1–9.
- Fatmawati, I., Astuti, F. D., & Iswanti, L. (2021). The Influence Of Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, And Time Availability On Emotional Response And Impulse Buying. *Proceedings Of The 4th International Conference On Sustainable Innovation 2020-Accounting And Management (Icosiams 2020)*, 176(Icosiams), 346–354.
- Febri, D. M., Sari, P., Ayu, I., & Pidada, I. (2019). *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Price Reduction Toward Impulse Buying Behavior In Shopping Center*. *International Journal Of Business, Economics & Management*, 3(1), 48–54. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v3n1.114>
- Frengki, K. P. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle, Usia Dan Gender Terhadap Impulse Buying Produk Fashion (Survey Pada Konsumen Produk Fashion Di Malang Town
- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Uptd Baltekkomdik Dinas*

Pendidikan Provinsi Sumatera Barat.1–13.

- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30–44.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Maulana, 2022. (N.D.). *Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Rasionalitas Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Kontrol Diri Mahasiswa*.
- Mayasari, D., & Arimbawa, I. G. (2019). The Influence Of Fashion Lifestyle, Sales Promotion, And Self Image To Impulse Buying Behaviour And Customer Satisfaction. *Journal Of World Conference (Jwc)*, 1(1), 58–63.
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Journal Kompetensi*, 10(1), 1–14.
[Http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Kompetensi/Article/Download/3424/2533](http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Kompetensi/Article/Download/3424/2533)
- Mutholib, A., Pardiman, & Selamat, A. R. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Sepatu Ventela)*. 12(02), 2208–2216.
- Nurfahmi, M. A. (2001). *Pengaruh Brand Loyalty ...*, Muhammad Aji Nurfahmi, Feb Ump, 2022 11. 11–27.
- Nuryani, S., Pattiwael, W. P., & Iqbal, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Tiktokshop. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(2), 444.
- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah Fitri, I. (2021). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsifbelanja Online Pada Karyawan Department Store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1177–1187.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan*

ManajemenIndonesia,4(3),361–374.

- Ramadan, H. (2024). Minat Generasi Z Terhadap Belanja Online Tiktok Shop Di Kabupaten Bener Meriah. *Journal Of Economics, Bussiness And Management Issues*, 2(1), 73–85.
- Riduwan, & Akhmad. (2011). Etika Dan Perilaku Koruptif Dalam Praktik Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dalam Praktik Manajemen Laba: Studi Hermeneutika*, 1–21.
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Pada E-Commerce Tiktokshop Terhadap Pembelian Impulsif Produk Kosmetik. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(I), 1–19.
- Rista, N. (N.D.). *Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda Pada Mahasiswa Fakultas Oleh* : 109–114.
- Saputri, O. B., & Huda, N. (2020). Pengaruh Informasi Covid-19 Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen. *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2).
<https://doi.org/10.30829/Hf.V7i2.7213>
- Satyadharma, A., & Harinaldi. (2021). The Performance Of A Gradient-Based Method To Estimate The Discretization Error In Computational Fluid Dynamics.*Computation*,9(2),1–16.
- Sawitri, D. R. (2021). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan Dan Strategi Dalam Mewujudkan Sdm Indonesia Yang Unggul. *Angewandte Chemie International Edition*,3(1), 10–27.
- Shakaib Farid, D., & Ali, M. (2018). Effects Of Personality On Impulsive Buying Behavior: Evidence From A Developing Country. *Marketing And Branding Research*, 5(1), 31–43.
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D*.
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana?*Business:Scientific Journal Of Business And Entrepreneurship* , 1, 1–16.
- Wardah, N. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan

- Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 145–166. <https://doi.org/10.36987/Ecobi.V8i2.2090>
- Wibowo, S., Suryana, Y., Sari, D., & Kaltum, U. (2021). Marketing Performance And Big Data Use During The Covid-19 Pandemic: A Case Study Of Smes In Indonesia. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(7), 571–0578. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No7.0571>
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22.
- Yuangga, K. D. (2023). Financial Literacy Dalam Shopping Life Style Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(1), 75–80. <https://doi.org/10.55903/Juria.V2i1.49>