

DAFTAR PUSTAKA

- Almi, N. 2012. The Influence Of Lifestyle To The Purchase Decision Of Kawasaki Ninja Bikes In Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.1, No.2. pp. 1-15
- Alba, J, W, dan E, F, Williams. 2012. Shopping lifestyle memediasi hubungan antara hedonic utilitarian value terhadap impulse buying. *Jurnal ekonomi dan keuangan*. Vol.2. pp. 151-207
- Christina, Whidya Utami, 2014, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, edisi 2*. Jakarta Salemba Empat
- Darma, Lizamary Angelina, Edwin Japarianto, 2014. Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai variabel intervening pada Mall Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.8, No.2
- Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto, 2013. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fasion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.6, No.1
- Gozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hausman, A. 2010. A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Jurnal Of Consumer Marketing*. Vol.17, No.15. pp. 403-19
- Hersepun, Hursyta Valenci dan Octavani, Farah. 2018. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestile Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee_ID. *Jurnal Manajemen*. Vol.5, No.1
- Japarianto, E, & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Lifestile dan Fasion Involvmen Terhadap Impulse Buying Behavior. Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.6, No.1. pp. 32-41.
- Kusyo, Dayang Asning. 2014. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Shopping Lifestile dan Impulse Buying (Survai pada pelanggan outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*. Vol.14, No.2. Malang. Universitas Brawijaya.
- Kim, S. (2006). Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivation to Profile Inner Cyty Consumer. *Jurnal Of Shopping Cebter Research*. Vol.13, No.1

- Lestari, Surakarta Sri Isfantin, 2018, Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonic di Carrefour Surakarta. Vol.7. No.2, pp. 129-140
- Pramesti, Annisa Dyah dan Dwiridotjahjono, Jojok, 2022. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Prilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee di Surabaya. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.3, No.5, pp. 927-942
- Rahmawati, Nurul Tri. 2018. Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Livestile Terhadap Impulse Buying Dengan Emosional Positive Sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi Manajemen*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ratnasari, V. A. 2015. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse Buying (Surve Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Malang. Vol.1, No.1
- Rochman, Fajar Nur. 2016. Pengaruh Price Discount, Bonus pack dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying (Stiudi pada Giat Supermarket Yogyakarta). *Skripsi Manajemen*. Universitas Muhamadiyah Purweherjo.
- Rahma, Widia Sefiska dan Septrizola, Whyosi. 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse E-Buying Mahasiswa Universitas Negri Padang. *Jurnal kajian manajemen dan wira usaha*. Vol.1, No.1. pp. 176-282
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Utami. 2016. Pengaruh Nilai Belanja Hedonic Terhadap Impulse Buying Dengan Emosional Positif sebagai Variabel Perantara. *Skripsi Manajemen*. Universitas Negri Yogyakarta.
- Wahyuni, Reni Suci dan Setyawati Harini Abrilia, 2020. Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *JIMBA*. Vol.2, No.2. pp. 144-154
- Yusri, Abdillah dan Dayang, Asning. 2014. Pengaruh Hedonic Shopping Mitivation Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impilse Buying (Survai Pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxi Mall Surabaya). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*. Vol.14, No.2
- Yuslianti, Desy Yana Rizky. 2016. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Livestile Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pengunjung Roxy Square Jember. *Skripsi Manajemen*. Universitas Jember.
- Riset Temukan E-Commerce Terbanyak Digunakan saat Kemeriahan Akhir Tahun

Sumber: <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/469046/riset-temukan-e-commerce-terbanyak-digunakan-saat-kemeriahan-akhir-tahun>