

DAFTAR PUSTAKA

- aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*.
- Afif, M. (2020). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis , Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee Id Pertumbuhan Pengguna Internet*. 2, 34–50.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262.
- 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*. 317–327.
- Arianto, A. (2023). *Strategi Pemasaran*.
- Aruna, S., & Santhi, P. (2022). Impulse Purchase Behaviour Among Generation-Y S.Aruna & Dr. P. Santhi,. *The Iup Journal Of Marketing Management*, 14(1),
- Cahroni, R. Dan. (2011). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*.
- Darma, L. A., & Japarianto, E. (2014). *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra*. 8(2), 80–89.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*, 1, 1–14.
- Dina, S. B., & Marlien, R. A. (2024). *Peran Celebrity Endorser, Social Media Marketing Dan Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying: Studi Pada Pengguna Body Lotion Scarlet Whitening*. 6, 1274–1290.
- Fauziyyah, A. N. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung) Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia*. Viii(1), 1–14.
- Febriani, S. F., Purwanto, N., Febriani, S. F., Purwanto, N., Fashion, K., & Impulsif, P. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. 2(2), 53–62.
- Ferrary, D., Maria, L., & Tyra, J. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi Penjualan , Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Platform Tiktok Shop*. 13(1), 127–141.
- Handoko. (2000). *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*.
- Hasibuan. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Heri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Hermanto, E. Y. (2016). *Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai*. 10(1), 11–19.
- Japarianto, E., Sugiharto, S., Universitas, F. E.-, & Petra, K. (2011). *Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. 1–24.
- K . Z . Sumampow ., D . Soepeno ., M. . C. . R. (2022). *Pengaruh Fashion Involvement , Sales Promotion Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement*

- Store Megamall Manado The Influence Of Fashion Involment , Sales Promotion And Pos.* 10(2), 809–819.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- L . H . Tambun ., M . Mangantar ., J . G . P. (2024). L . H . Tambun ., M . Mangantar ., J . G . Poluan . *Impulse Buying Pada Produk Converse Di Manado Town Square The Influence Of Brand Image , Social Media Marketing , Discount Toward Impulse Buying On Converse Products In Manado Town Square Jurnal Emba Vol. 12(3), 58–69.*
- M. Khoshpanjeh & K. H. Rahnema, A., M. A. Hanzadee, A. (2011). *The Effects Of Situational And Individual Factors On Impulse Buying.*
- Ratu, B. R., Soegoto, A. S., Samadi, R. L., Pemasaran, J., Sam, U., & Manado, R. (2021). B . R . Ratu ., A . S . Soegoto ., L . S . Samadi . *Pengaruh Shopping Lifestyle , Fashion Involvement , Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen Pt . Matahari Departement Store Mega Mall Manado) The Effect Of Shopping Lifestyle , Fashion Involvement , And Hedonic Shopping Motivation On Impulse Buying Behavior (Survey On Consumers Of Pt . Matahari Department Store Mega Mall Manado) Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktober 2021 , Hal . 1282 - 1292. 9(4), 1282–1292.*
- Risan, R. P. S. & R. (2023). *The Influence Of Store Atmosphere And Social Media Marketing.* 1(3), 928–934.
- Saputra, F. E., & Amani, A. R. (2023). *The Effect Of Social Media Marketing On Hedonic Shopping Value Through Online Impulsive Buying Of Fashion Products (Research On Generation Z In Bandung).* 1(11), 941–948.
- Sari, N. A., & Indrawati, F. (2022). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Pada “Ebutik Kanabini” • Di Tenggarong. Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia, 18(2), 107–118.*
- Sopiyan, P., & Neny, R. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying.* Xi(3), 207–216.
- Suci Yulia Amanda, Figo Alimbel, Dan M. S. (2024). *Pengaruh Social Media , Shopping Lifestyle , Dan Customer Experience Terhadap Perilaku Impulse Buying Gen Z Melalui E-Commerce.* 1, 171–180.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&G.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*
- Swimbawa, M. K., Lemy, D. M., Pelita, U., & Tangerang, H. (2023). *Bulletin Of Community Engagement.* 3(2).
- Wardhani, Z. M. (2022). *Pengaruh Harga , Shopping Lifestyle , Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Stiesia Surabaya).*
- Yanu Adi Sukma, Tantri Sukma, A. W. (2020). *Measurement Social Media Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee.* 68–78.