

## DAFTAR PUSTAKA

- Alrubaiee, L. A.-b. (2012). Relationship between B2B ECommerce Benefits, E-Marketplace Usage and Supply Chain. *Glpbal Journal Of Management and Business research*.
- Astri Nurrohmah, Farah Oktafani. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Riset Manajemen (JURISMA)*.
- Crustya Valencia Hursepuny, Farah Oktafani. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee\_ID. *e-proceeding of management vol.5*, 1042.
- Desianty Fithri Wahyuni, Indira rachmawati. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Telkom University*.
- Desli Damayanti, Tri Indra Wijaksana. (2020). Pengaruh Sales Promotion dan Store Athmosphere Terhada Impulse Buying Pada Miniso Kota Bandung. *Telkom University*.
- Dhurup, M. (2014). The Role of Hedonism, Fashion Involvement and Emotional Gratification in Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour in a Developing Country. *Mediterranean Journal of Social Science*.
- firmsyah, a. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. surabaya: freepik.
- Hidayat, A. (2020). *Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel*. Retrieved from statistikian: <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ismi Ariani, Gugyh Susandy, Devy Widya Apriandi. (2019). The Effect of Promotion and Hedonic Shopping Motivation Costumer Impulse Buying on Zalora Online Shopping Sites. *Journal of Accounting and Business Issues (JABI)*, 15-21.
- Japarianto, E. d. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 6 No. 1*.
- Judy Strauss, R. D. (2016). *E-Marketing*. google books.

- Kiki Andani, W. (2018). Influence of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, and fashion Involvement Toward Impulse Buying Through a Postive Emotion. *Management Analysis Journal* 7 (4).
- Kim, k. (2017). *Fashion from A to Z*. Jakarta: Gramedia Widisarna Indonesia.
- Kotler, P. &. (2014). *Principle Of Marketing, 15thg edition*. New Jersey: Pearson Prentince Hall.
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2012). *Principle of Marketing* . Pearson Education.
- Kotler, P. K. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson Pertince Hall.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisis*. Bandung: Alfabeta.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce Business, Technology, Society*. New York: Pearson.
- Lia Octaria Pasaribu, Citra Kusuma Dewi. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora. *Bina Ekonomi*, 161.
- Mukaram Ali Khan, A. T. (2019). Impacts of Sales promotion on Consumer Buying Behavior: A Case of Modern Trade, Pakistan. *Governance and management review (GMR) Vol.4 No.1, Jan-Jun 2019*, 41-42.
- Natakusumah. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom, Bandung.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Sukesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43-53.
- Opiida. (2014). Pengertian E-marketplace.
- Ozen, H. a. (2013). Shopping online without thinking : being emotional or rational. *asia pacific journal of marketing and logistic vol 27, No.1*, 78-93.
- Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Pengunjung Transmart Carrefour Buah Batu Bandung . (2019). *Universitas Telkom*.
- Radovilsky, Z. (2015). *Desingning and Implementing an E-Commerce system*. California sate university, east bay: Telkom Library.

- Reni Suci Wahyuni, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee. *STIE Putra Bangsa*.
- Rifdhah Rakha, Arlin Ferlina Trenggana. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying pada Mayoutif Bandung. *Telkom University*.
- Sangadji, E. M. (2014). *Perilaku Konsumen Pendekatan praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V ANDI.
- Sarwono, J. (2016). Mengubah data ordinal ke data interval dengan metode suksesif interval (MSI).
- Sekaran, & Bougie. (2017). Definisi skala ordinal adalah mengategorikan variabel-variabel dalam suatu cara untuk menunjukkan perbedaan di antara berbagai kategori, tetapi juga mengurutkannya menjadi beberapa cara yang bermakna. 20.
- Sri, A. W. (2018). The Influence of Hedonic Shopping Motivation To The Impulse Buying of Online-Shopping Consumer On Instagram. *University of Mulawarman*.
- sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- sumanto. (2014). Teori dan Aplikasi Metode Penelitian. *CAPS (Center of Academic Publishing Services)*.
- Sunyoto. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. *CAPS (Center of Academic Publishing Service)*.
- Syazkia, Sindy Nur. (2018). Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen PT Lion Super Indo Gerai Antapani. *Universitas Telkom*.
- Tahendrika. (2015). Kriteria pengujian validitas. 67.
- Temaja, I Km. Wisnu Bayu., Gede Bayu Rahanatha dan Ni Nyoman Kerti Yasa. (2015). Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko, dan Promosi Penjualan

- Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store di Kota Denpasar.  
*E-Jurnal manajemen Unud Vol.4 no 6.*
- Tirmizil, M. A. (2009). An empirical Study of Consumer Impulse Buying Behavior in Local Markets. *European Journal of scientific Research, Vol. 28 No.4.*
- Umami Mardhotus Sholihah, N. r. (2017). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Motivation, dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying di Malang Town Square dan Mall Olympic Garden (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *e- Jurnal Riset Manajemen.*
- Utami. (2016). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia.* Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2014). strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di indonesia.
- Wulan Alimudin, N. Rachma, Fahrurrozi Rahman. (2016). pengaruh fashion involvement dan shopping lifestyle terhadap impulse buying produk fashion shopee. *e- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, 3.*
- Z, A. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru.* Bandung: Remaja Rosda Karya.