

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Agustina, V. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, (Studi Pada Wilayah Semarang Town Office)*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T.Hani Handoko. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi, Azuar; Irfan; & Manurung; Saprinal. (2014). *Metodologi penelitian bisnis: Konsep dan aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Priansa, J. D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistic Parametrik*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: PT Alfabeta.
- Utami, Cristina W. 2017. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat

Jurnal :

- Darma, L. A., & Japariato, E. 2014. *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya*. Fakultas ekonomi. Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(12).
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. 2020. *Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee*. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(2), 22-31.
- Fauzi Baisyir, M. Q. 2021. *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN*. *Journal of Management Review*, 1.
- Fauzi, L. U., Welsa, H., & Susanto. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 10, 150-160.
- Hursepuny, C. V., & Oktafiani, F. 2018. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee Id*. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041-1048.
- Japariato, E., & Monika, Y. 2020. *Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle sebagai Moderator pada Online Shop Chocochips*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 1-10.
- Mardiana, A. P., Octavia, A., & Farhanah, N. 2020. *Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee ditinjau dari Motivasi Hedonis, Utilitarian, Promosi Penjualan dan Minat Konsumen*. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 20(2), 1-14.
- Pangestu, D. S., & Suryoko, S. 20. *Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)*.
- Putra, R. J., & Balgies, S. 2021. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motives terhadap Impulse Buying Behavior pada Konsumen produk Fashion*. *Indonesia psychological Research*, 03(1), 23-30.
- Pratama, R., & Salim, A. 2017. *Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif pada Starbucks Coffee*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 35-51.

- Sari, N. Y., & Hermawati, S. 2020. *The Effect of Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation, and Sales Promotion on Impulse Buying Behavior in E-Commerce (Case Study of Berrybenka Consumer)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 25(1), 45-54.
- Susilawati, Erna & Wahdiniwaty, Rahma. 2017. *Pengaruh Kepribadian Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Produk Novel Di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung*. Universitas Komputer Indonesia. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM, 1(1).
- Vonkeman, C., Verhagen, T., & Dolen, v. W. (2017). *Role of Local Presence in Online Impulse Buying*. Information & Management, 54(8).
- Wahyuni, R. S., Setyawati, H. A. 2020. *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada E-Commerce*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(2), 144-154.
- Wardah, N. A., & Harti. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif Avoskin di Shopee*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen, 8(2), 145-166
- Zakiyah, L., Yateno., & Imantoro, J. 2020. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping terhadap Impulse Buying dari Penjualan Online di Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa FEB UM Metro)*. Jurnal Manajemen Diversifikasi, 1(1), 68-84.
- Zayusman, F., & Septrizola, W. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang*. Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha, 01(01), 360-368.

Skripsi :

- Arivianti, A. I. (2020). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Emosi Positif Dan Dampaknya Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Pada Konsumen di Jakarta Timur)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada.
- Hutagalung, R. U. (2020). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Matahari Departemen Store Plaza Medan Fair*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara.
- Muawanah, I. (2019). *Fenomena Maraknya Coffe Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)*.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negari (IAIN) Metro.

Putra, J. R. (2021). *Hubungan antara Shopping Lifestyle dan Hedonic Motives terhadap Impulse Buying Behavior pada Konsumen Produk Fashion*. Fakultas Psikologi dan Kesehatan. Universitas Negeri Sunan Ampel.

Saputro, Y. A. (2019). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulsive buying Pada Produk Fashion (Studi pada Konsumen Swalayan ADA Semarang)* (Doctoral dissertation, UNNES).

Toemur, A. R. L. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Dompot Digital OVO di DKI Jakarta)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada.

Website :

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok->

[pertumbuhan-industri-mamin-5-persen](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen)

<https://chatime.co.id/aboutus>

<https://ourstory.id/sejarah-waralaba-chatime-starbucks-dari-asia/>