

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Aisyi, A. S., & R, S. T. A. (2022). Analisis Pengaruh *Celebrity Entrepreneur* Dan *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* Terhadap *Purchase Decision* Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pada Street Boba Di Semarang. *Journal of Management ISSN (Online): 2337-3792*, 4(2), 1–12.
- Amanah, D., Harahap, D. A., Gunarto, M., & Purwanto. (2020). *Perceived Risk and Security in Creating Online*. *Journal of Applied Bussines and Economics (JABE)*, 7(2), 162–179
- Ariana, Laila Sabrina. (2023). Pengaruh *Visual Meechandising* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Cikarang Selatan. Mahasiswa 2019. Fakultas Ekonomi. Prodi Manajemen. Universitas Darna Persada
- Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital (T. Bahfiarti (Ed.)). Airlangga University Press.
- Astuti, M., & Rizkita Amanda, A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish Publisher.
- Bunjamin. (2021). Manajemen Pemasaran. Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Darma, B. (2021). Statiska Penelitian Menggunakan SPSS Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Regresi Linear Sederhana. Regresi Linear Berganda. Uji t, Uji F, R2). Guepedia.
- Ekawati, E, Rachma, N, Wahono, B.2020. PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVES, LIFESTYLE, BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARESNESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS (Studi Kasus Pada FEB Unisma Jurusan Manajemen Angkatan 2018). e-Jurnal Riset Manajemen
- Fadhilah, M, Cahyani, P, Rahmawati, D. 2023. Meningkatkan Keputusan Pembelian melalui *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Online Customer Review* pada Produk Fashion di Shopee (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee). *Jurnal Manajemen dan Sains*. 135-142
- Fahirra, H. (2022). Pengaruh korean wave dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian album official bts. 10, 148–159.
- Foundation, K., & Exchange, I. C. (n.d.). Global Hallyu Trends Global Hallyu Trends.*
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. PT. Grasindo.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. Kemampuan Koneksi Matematis
- J, Herga Swara. 2019. Pengaruh *Hedonic Shopping Motive* dan *Store Athmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Paris Van Java Bandung. Fakultas Bisnis dan Manajemen. Skripsi Universitas Widyatama.
- Jannah, Yusfia Tri Nur.(2024). Pengaruh *Online Customer Review*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Shopping Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Tas Visval pada *Marketplace* Shopee di Kabupaten Kebumen. Skripsi thesis, Universitas Putra Bangsa.
- Japariato, E., & Monika, Y. (2020). Pengaruh *Hedonic Shopping Value* terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Lifestyle* sebagai Moderator pada *Online Shop Chocochips*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–10.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Anak Hebat Indonesia.
- Kanozia, R., & Ganghariya, G. (2021). *Cultural proximity and hybridity: popularity of Korean pop culture in India*. *Media Asia*, 48(3), 219–228.
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Buaran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Nisa, Fadhila khoirun. Wahono Budi. Bastomi, Mohamad.(2023). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Celebrity Worship* Dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik GOT7 (Studi Kasus Penggemar GOT7 Di Jawa Timur)
- Nugroho, G. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Lazada (Studi Kasus : Mahasiswa Yarsi, Jakarta Pusat) [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (SteI) Jakarta].
- Nurlinda, R. A., & Christina, D. (2020). Peran *Positive Emotion* Sebagai Mediator *Hedonic Shopping* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Di Lazada. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(1), 231–244.
- Padmasari, D., & Widyastuti, W. (2022). Influence of Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Sales Promotion on Impulse Buying on Users of Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 123–135.
- Pakpahan, A. F., Negara, E. S., Gurning, K., & Dkk. (2021). Metodologi Penelitian Ilmiah. Yayasan Kita Menulis.
- Pamartaningtyas, M. M. A. S., Budiarsi, Y., & Mia, M. (2021). *Social Media Marketing, Lifestyle, dan Brand Awareness: Pengaruhnya pada Purchase Decision* Kopi Neira di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 10(2), 83–91.

- Pasaribu, V, Yamani, A, Romadlon. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, *Shopping Lifestyle*, dan *Visual Merchandising* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Eiger). *Jurnal Manajemen dan Sains*. 1133-1138
- Pipih Sopiyan, & Neny Kusumadewi. (2020). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying*. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207–216.
- Rachmawati Harum, J., Kusumawati, A., & Kholid Mawardi, M. (2021). PENGARUH *PERMISSION EMAIL MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DAN DAMPAKNYA PADA *PURCHASE DECISION* (Survei Pada Customer Lazada Indonesia). *Profit*, 15(01), 8–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.2>
- Rahmawati, Endang, Asiyah, Siti, Wahono, B. 2023. Pengaruh *Word Of Mouth, Image* dan *hedonic Shopping Motivation* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*. Vol 12. No.02
- Ramahdan, M. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy (Ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). 9460-Article Text-22291-1-10-20190422.pdf. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–26). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460/6798>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish - CV Budi Utama.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
- Santoso, S. (2017). *Statiska Multivariat Dengan SPSS*. Elex Media Kumputondo.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, D. N., & Sari, A. P. (2021). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* melalui *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement*. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 9(2), 62–69.
- Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh *Country of Origin Dan Brand Love* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1583–1590. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1583-1590>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Utami, C. W. (2019). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat.
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave

(K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.

Yusuf, A. (2021). *The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City*. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>

Zakiyah, L., & Yateno., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Hedonic Shopping* terhadap Keputusan Pembelian dari Penjualan Online di Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa FEB UM Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(1), 68-84. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 37–48.

Zukhruf Kurniullah, A., Revida, E., Hasan, M., & Dkk. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Yayasan Kita Menulis.

#### Website

<https://databoks.katadata.co.id> (diakses pada Oktober 2023)

<https://www.kpop-radar.com> (diakses pada Oktober 2023)

<https://www.hanteochart.com> (diakses pada Oktober 2023)

<https://beliflmlab.com> (diakses pada Oktober 2023)

<https://twitter.com/ENHYPEN> (diakses pada Oktober 2023)

<https://www.instagram.com/enhypen/> (diakses pada Oktober 2023)

[https://weverseshop.io/en/shop/GL\\_KRW/artists](https://weverseshop.io/en/shop/GL_KRW/artists) (diakses pada Oktober 2023)

[soompi.com](https://soompi.com) (diakses pada November 2023)

<https://kumparan.com> (diakses pada November 2023)

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment> (diakses pada November 2023)

<https://www.kompasiana.com> (diakses pada November 2023)

<https://www.jawapos.com/music-movie> (diakses pada Januari 2024)

<https://detik.com> (diakses pada Januari 2024)