

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Ardian Rahman, and Sri Hartati. 2019. "Pembelian Impulsif Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Kontrol Diri." *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3(3):123. doi: 10.22146/gamajop.44103.
- Aktif, Belajar. 2018. "Mahasiswa Ilmu Antropologi Pascasarjana UGM 173." 2(2):173–82.
- Andriyanto, D., I. Suyadi, and D. Fanani. 2016. "PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING (Survey Pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 31(1):42–49.
- Anggraini, Nur Aisyah, and Fritina Anisa. 2020. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulsif Buying Pada Konsumen Shopee Fashion Magelang Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi." *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology* 317–27.
- Artana, I. Putu Widya, I. Gusti Bagus Satria Wisesa, I. Komang Setiawan, Ni Luh Putu Mita Pramestya Utami, Ni Nyoman Kerti Yasa, and Made Jatra. 2019. "PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISPLAY PRODUCT, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar)." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 4:369. doi: 10.24843/eeb.2019.v08.i04.p03.
- Fauziyah, Febrina Annisa, and Indah Fatmawati. 2018. "Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Keadaan Emosional Dan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Pengujian Model Mehrabian-Russell." *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 10(1):1. doi: 10.25105/jmpj.v10i1.1852.
- Gumilang, Aris. 2016. "PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP EMOTIONAL SHOPPING DAN IMPULSE BUYING Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Globalisasi Telah Menimbulkan Persaingan Pada Bisnis Global Sehingga Komplek." *E-Jurnal Manajemen Unud* 15(3):1859–88.
- Gunawan, Graciella Tansah, and Tony Sitinjak. 2018. "Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda Dki Jakarta)." *Jurnal Manajemen* Vol.7(No.2):109–23.
- Gunawan Kwan, Oky. 2016. "Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10(1):27–34. doi: 10.9744/pemasaran.10.1.27-34.

- Hursepuny, Crusyta Valencia, and Farah Oktafani. 2018. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee \_ Id the Influence of Hedonic Shopping Motivation and Shopping Lifestyle on Impulse Buying At Consumers Shopee \_ Id." *E-Proceeding of Management* 5(1):1041–48.
- Imbayani, I. Gusti Ayu, and Ni Nyoman Ari Novarini. 2018. "Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(2).
- Luh, Ni, Putu Utami, Mita Pramestya, Ign Jaya, and Agung Widagda. 2020. "The Role of Positive Emotion Mediates Fashion Involvement on Impulse Buying." *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (9):1–8.
- Mahmudah, Ainun Rizqiyatul. 2020. "Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ)." *Journal Of Economic, Business and Engineering* 1(2):290–99.
- MH, Novia, and Harmon Harmon. 2017. "Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 2(3):121. doi: 10.35697/jrbi.v2i3.97.
- Natalie A., Angela, and Edwin Japariato. 2019. "Analisis Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Value Di H&M Store Pakuwon Mall Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13(1):40–46. doi: 10.9744/pemasaran.13.1.40-46.
- Negara, A. A. Bagus Jambe. 2018. "BUYING YANG DIMEDIASI EMOSI POSITIF Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pertumbuhan Perekonomian Dan Perkembangan Zaman Yang Semakin Modern , Berdampak Pada Pergeseran Budaya Berbelanja Masyarakat Di Indonesia . Fenomena Ini." 7(7):3944–73.
- Nindyakirana, Rani Hapsari, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, and Info Artikel. 2016. "Membangun Emosi Positif Melalui Promosi Penjualan Dan Lingkungan Toko Dampaknya Terhadap Impulse Buying." *Management Analysis Journal* 5(4):375–88. doi: 10.15294/maj.v5i4.5570.
- Pasaribu, Lia Octaria, Citra Kusuma Dewi, Program Studi, Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi, and Universitas Telkom. 2015. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora." *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora* 19(2):159–70. doi: 10.26593/be.v19i2.1486.159-170.
- Pemayun, Tjokorda, and Ni Ekawati. 2016. "Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai, Dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy'S Mall Gatsu Denpasar." *None* 5(7):244242.

- Pemberdayaan, Model, Dosen Jurusan, Manajemen Dalam, Meningkatkan Produktivitas, Kerja Melalui, Pengembangan Bahan, Ajar Berbasis, Karakteristik Kewirausahaan, and Dita Amanah. 2015. "Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair Kota Medan View Project." *Jurnal Quonomic* III(2):10–18. doi: 10.17605/OSF.IO/SBDE3.
- Permatasari, I., Z. Arifin, and S. Sunarti. 2017. "PENGARUH HEDONIC CONSUMPTION DAN MEDIATOR EMOSI POSITIF TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Survei Pada Pembeli Produk Fashion Di Malang Town Square Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 43(2):1–9.
- Putra, Nobel Ibrahim, Edriana Pangestuti, and Lusy Deasyana Rahma Devita. 2018. "Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail Matahari Department Store Di Malang." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61(4):1–9.
- Rizqy, Nita Dian, Luk Luk, and Atul Hidayat. 2021. "Pengaruh Kualitas Informasi Dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Pada E-Commerce ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang )." *Journal Unimma* 590–604.
- Rozaini, Noni, and Bismi Aditya Ginting. 2019. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion." *Niagawan* 8(1):1. doi: 10.24114/niaga.v8i1.12795.
- Styadi, Rizza Dwi, and Hendri Soekotjo. 2019. "Pengaruh Citra Merek, Hedonic Shopping Motivation, Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7(9):1–17.
- Sucidha, Irma. 2019. "Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin." *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen* 3(1):1–10. doi: 10.31602/atd.v3i1.1705.
- Sudarsono, Jovita Guntara. 2017. "Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 11(1):16–25. doi: 10.9744/pemasaran.11.1.16-25.
- Wahyuni, Desianty Fithri;, and Indira Rachmawati. 2018. "Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 11(2):2580–9539.
- Yulia Hermanto, Elleinda. 2016. "Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10(1):11–19. doi: 10.9744/pemasaran.10.1.11-19.