

## Daftar Pustaka

- Ahmad, M. B., Ali, H. F., Malik, M. S., Humayun, A. A., & Ahmad, S. (2019). Factors affecting impulsive buying behavior with mediating role of positive mood: An empirical study. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 8(1), pp-17.
- Ardiyanto, F. (2017). Pengaruh Positive Emotion, Time Availability, dan Money Availability terhadap Impulsive Buying Behavior Konsumen Mahasiswa pada Department Store di Kota Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 14(1).
- Andryansyah, M., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh hedonic motives terhadap shopping lifestyle dan Pembelian Impulsif (Survei pada konsumen Hypermart Malang Town Square yang melakukan pembelian tidak terencana). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 111-117.
- Azizi, M. H., Arfani, M. N., Agustina, Y., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kesenangan Hedonis, Availability of Time dan Ketersediaan Uang terhadap Pembelian Impulsif. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAAnD)*, 2(2), 1-12.
- Chaffey, D. 2015. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Partice 6th Edition, Pearson Education Limited*.
- Dwi Santy, R. (2018). PENGARUH MATERIALISME KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE (SURVEY PADA PENGUNJUNG MALL DI KOTA BANDUNG). <https://repository.unikom.ac.id/58687/>
- Dwi Santy, R. (2018). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Faktor Kepribadian Konsumen dengan Menggunakan Trait The Big Five Personality (Survey pada Pengunjung Mall di Kota Bandung). <https://repository.unikom.ac.id/58686/>
- Dwi Santy, R. (2018). Analisis kepribadian para pengunjung Mall di kota Bandung dengan menggunakan trait The Big Five Personality. <https://repository.unikom.ac.id/58673/>

- Fatrah, M. I. *Pengaruh Ketersediaan Uang And Time, Hedonic Shopping Value, Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pelanggan Transmart Carrefour Cilandak* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, T. (2013, October). Analisis Sikap Mahasiswa Dalam Memutuskan Memilih Pts SEBAGAI DAMPAK DARI SUMBER KOMUNIKASI (Studi Pada Mahasiswa Unikom Angkatan 2007/2008). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar (Vol. 4, pp. 83-89)*.
- Handayani, T. (2020, January). The Source of Communication Influences the Students' Attitude of Deciding Study. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Humanities and Social Sciences Track (ICOBEST-HSS 2019)* (pp. 33-34). Atlantis Press.
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174-180.
- Lumintang, F. F. (2012). Pengaruh hedonic motives terhadap Pembelian Impulsif Melalui browsing Dan Shopping Lifestyle Pada online shop. *Jurnal ilmiah mahasiswa Manajemen*, 1(6).
- Kwan, O. G. (2016). Pengaruh sales promotion dan store atmosphere terhadap Pembelian Impulsif dengan positive emotion sebagai variabel intervening pada planet sports tunjungan plaza surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27-34.
- Levy, M. (2016) . *Retailing Management* (8<sup>th</sup> Edition). Mcgraw-Hill Education
- Narimawati, U. (2013). *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia Aplikasi & Contoh Perhitungannya*. Jakarta. Agung Media.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Sos, S., Affandi, H. A., & Priadana, H. S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian: untuk Penulisan*

*Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Penerbit Andi.

- Noor, J. (2016) . *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Putra Utama
- Octaprinanta, N. (2017). *Pengaruh Store Environment, Ketersediaan Uang, Availability Of Time, Hedonic Consumption Tendency Terhadap Emotional States Dan Dampaknya Terhadap Pembelian Impulsif Behaviour (Survei Pada Pengunjung Loka Supermarket Malang City Point. Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Paramita, C., & Nugroho, S. S. (2014). Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan dan loyalitas konsumen pembelian daring (Keterlibatan produk sebagai pemoderasi). *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1), 100-117.
- Prasetya, A., & Rahardjo, S. T. (2016). *ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN UANG DAN WAKTU, LINGKUNGAN TOKO, NILAI BELANJA HEDONIS, DAN EMOSI POSITIF TERHADAP PEMBELIAN TAK TERENCANA (Studi Kasus pada Pelanggan Lotte Mart di Kota Jakarta)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Putri, D. H. (2017). Hubungan Antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Akhir (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta). <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1248/>
- Puspita, E. M., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan Vans Store Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Ranasari, D., & Fajrianti, F. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivations terhadap Impulsive Buying pada Konsumen Produk Fashion. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 460-469.
- Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). Digital Marketing Communication Strategy. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 9(2), 57-66.
- Sari, D. M. F. P., & Pidada, I. A. I. (2020). Hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, price reduction toward Pembelian Impulsif

behavior in shopping center. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(1), 48-54.

Setyningrum, F. Y., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Hedonic Motives terhadap Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif (Survei pada Konsumen Superindo Supermarket Yang Melakukan Pembelian Impulsif). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 97-104.

Sulistyanto, M. A. I. (2017). PENGARUH SUASANA TOKO, PROMOSI PENJUALAN, DAN KETERSEDIAAN UANG TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2017. *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Universitas Komputer Indonesia. (2019) *Buku Pedoman Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia*.