

DAFTAR REFERENSI

- Abdhul, Y. (2023). *Pengertian, faktor dan contoh*. (2023, 13 Februari).
<https://deepublishstore.com/blog/impulse-buying/>
- Afiyanti, Y. (2008). Validitas dan reliabilitas dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(2), 137–141. <https://doi.org/10.7454/jki.v12i2.212>
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh shopping lifestyle dan promosi produk skin care terhadap impulse buying melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784–793.
<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16550>
- Anggoro, A. (2023). *Tren belanja offline meningkat, rambla perkuat pelayanan di tiga sektor ini*. *EkonomiBisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230531/12/1661190/tren-belanja-offline-meningkat-rambla-perkuat-pelayanan-di-tiga-sektor-ini>.
- Awlia, T. (2020). Metode pengumpulan data: Kuantitatif dan kualitatif. *DetikNews.com*.
<https://news.detik.com/berita/d-4850130/metode-pengumpulan-data-kuantitatif-dan-kualitatif>
- Beberapa keperluan rumah tangga yang bisa dihemat*. (2017, 26 September).
<https://gunungrizki.com/author/writer/page/34/>
- Belanja untuk hilangkan masalah? Ini barang yang harus kamu beli. (2016, February 11)
Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/gaya/belanja-untuk-hilangkan-masalah-ini-barang-yang-harus-kamu-beli.html>
- Bershka about us*. (n.d.). <https://www.bershka.com/id/company.html>
- Binus University. (2021). *Tiga perhitungan utama SMART PLS: Algorithm, Bootstrapping, dan Blindfolding*. Binus University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/11/16/tiga-perhitungan-utama-smart-pls-algorithm-bootstrapping-dan-blindfolding/>
- BPNP. (2017). *Aktivitas mahasiswa dalam mengisi waktu senggang di kota Makassar*. (2019, 19 Juni). <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbsulsel/aktivitas-mahasiswa-dalam-mengisi-waktu-senggang-di-kota-makassar/>
- 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 Word Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 80–89. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.80-89>
- Fajri, L.D. (2021). Pengertian, ciri, dan contoh kalimat opini. *Katada.Co.Id*.

- <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61afd748c61d9/pengertian-ciri-dan-contoh-kalimat-opini>
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying pada konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53–62.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>
- Gaya berpakaian sebagai bentuk ekspresi dan identitas diri.* (2023, 16 June).
<https://www.bhinneka.com/blog/gaya-berpakaian-sebagai-bentuk-ekspresi-diri/>
- Hestanto (2021). *Proses pengambilan keputusan pembelian.*
<https://www.hestanto.web.id/proses-pembuatan-keputusan-pembelian-konsumen/>
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap impulse buying pada konsumen Shopee_Id. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/5986/5965>
- Impulse Buying: pengertian, jenis-Jenis, dan faktor yang memengaruhinya. (2022). *Kumparan.com*
<https://kumparan.com/berita-hari-ini/impulse-buying-pengertian-jenis-jenis-dan-faktor-yang-memengaruhinya-1z4AXcPPjco>
- Japarianto, E., & Monika, Y. (2020). Pengaruh hedonic shopping value terhadap impulse buying dengan shopping lifestyle sebagai moderator pada Online Shop Chocochips. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10146/9080>
- LP2M. (2022). *Penelitian kausal: Definisi, keuntungan dan tipsnya.* Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Medan Area.
[https://lp2m.uma.ac.id/2022/07/05/penelitian-kausal-definisi-keuntungan-dan-tipsnya/#:~:text=Penelitian kausal juga dikenal sebagai,menyebabkan perubahan pada variabel terikat.](https://lp2m.uma.ac.id/2022/07/05/penelitian-kausal-definisi-keuntungan-dan-tipsnya/#:~:text=Penelitian%20kausal%20juga%20dikenal%20sebagai,menyebabkan%20perubahan%20pada%20variabel%20terikat.)
- Lubis, M. A. (2018). *Pengaruh hedonic shopping motivation, desire for visual aesthetics, dan situasional factors terhadap impulsive buying: Suatu penelitian pada Drugstore Cosmetics Watson.* [S1 thesis, STIE Indonesia Banking School]
http://lib.ibs.ac.id/index.php?p=show_detail&id=44...
- MAP menghadirkan Bershka di Central Park Mall. (2011, 3 Mei). *Kompasiana.com*
<https://www.kompasiana.com/zicorhk/5500bd73a333117f72511dbc/map->

- menghadirkan-bershka-di-central-park-mall
- Meiryani. (2021). Memahami koefisien determinasi dalam regresi linear. *Accounting.Binus.Ac.Id*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Meiryani. (2021). *Memahami predictive relevance (Q2) dalam smart pls dalam penelitian ilmiah*. BINUS Accounting. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-predictive-relevance-q2-dalam-smart-pls-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Mengenal impulsive buying, faktor pemicu, & tips mencegahnya. (2021). *OcbcNisp*. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/23/impulsive-buying>
- Musyafi, A., Iskandar, K., & Undartik, S. (2022). Pengaruh hedonic shopping value dan shopping lifestyle terhadap impulse buying Pada konsumen swalayan Nirmala. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 3(01), 22–30. DOI: <https://doi.org/10.46772/jecma.v3i1.760>
- Patricia, S. (2020, 22 Desember) Pengalaman belanja langsung tak tergantikan oleh "Online". *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/12/22/pengalaman-belanja-langsung-tak-tergantikan-dengan-online>
- Pengaruh hedonic shopping motives terhadap shopping lifestyle dan impulse buying (Survei pada pelanggan outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. (2014, 25 September). <https://www.neliti.com/publications/84440/pengaruh-hedonic-shopping-motives-terhadap-shopping-lifestyle-dan-impulse-buying>
- Post-purchase behavior of consumers*. (2023, 30 Maret). <https://www.tutorialspoint.com/post-purchase-behavior-of-consumers>
- Rahmawati, N. T. (2018). Pengaruh hedonic shopping value dan shopping lifestyle terhadap impulse buying dengan emosi positif sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(3), 315-326. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/12923/12465>
- Rahmawati, N. T. (2018). Pengaruh hedonic shopping value dan shopping lifestyle terhadap impulse buying dengan emosi positif sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 3(1), 1–12.
- Rini, A. S. (2019). *Permintaan pakaian jadi naik*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/20640/Permintaan-Pakaian-Jadi- Naik>
- Sampoerna University. (2022). *Pengertian skala likert, cara penggunaan dan contoh*. Sampoernauniversity.Ac.Id. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/>

- Sendari. (2021). Opini adalah pendapat individu atau kelompok, ketahui ciri dan jenisnya. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/opini/read/5294337/opini-adalah-pendapat-individu-atau-kelompok-ketahui-ciri-dan-jenisnya>
- Similarweb.(2023). *Bershka.Com Traffic Analytics*.
<https://www.similarweb.com/website/bershka.com/>
- Siswandhi. (2019). *Shopping lifestyle as a mediation variable in the effect of hedonic shopping value on buying impulse in Online Shop*.
<https://media.neliti.com/media/publications/283326-shopping-lifestyle-as-a-mediation-variab-7cf0fd38.pdf>
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, N. (2020). Pengaruh shopping lifestyle dan positive emotion terhadap impulse buying. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207-216.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.115>
- Sucidha, I. (2019). Pengaruh fashion involvement, shopping lifestyle, hedonic shopping value dan positive emotion terhadap impulse buying produk fashion pada pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 1–10.
<https://doi.org/10.31602/atd.v3i1.1705>
- Tips meningkatkan penjualan dengan “impulse buying.” (2013). *Merdeka.Com*.
<https://www.merdeka.com/ireporters/uang/tips-meningkatkan-penjualan-dengan-impulse-buying.html>
- Uji T-test. (2022). Universitas Ciputra. <https://informatika.uc.ac.id/2022/12/uji-t-test/>
- Writer, R. C. (2020). *Shopping experience: What is and 8 tactics to delight your customers*. (2020, 14 September). <https://rockcontent.com/blog/shopping-experience/>
- 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*, 1(1), 360–368.
DOI:<http://dx.doi.org/10.24036/jkmw0255290>