

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, R.R., Soomro, H.A., Ali, K. & Ali, W. (2015). Influence of lifestyle and cultural values on impulse buying behavior. *Journal of Culture, Society and Development*. 10, 2422-8400.
- Alfaiz, M. D. (2018). Faktor yang mempengaruhi impulsive buying konsumen pands yogyakarta dalam perspektif perilaku konsumsi islami. Yogyakarta; Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Alsabiyah, T. (2019). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Survei pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan Sepatu sneakers merek Converse. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 70,1.
- Alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Anandarajan, S., & Arunadevi, P. (2016). Consumer behavior towards lifestyle marketing. *Asia Pacific Journal of Research*. 2, 202-206.
- Andriany, D., & Arda, M. (2019). Pengaruh media sosial terhadap impulse buying pada generasi millennial. *Prosiding FRIMA Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, (2), 428-433.
- Anitha, N. (2016). Influence of lifestyle on consumer decision making with special reference to organized retail formats in chennai. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*. 7 (1) 85-90.
- Anjani, N. L. G. G. (2012). Pengaruh fashion involvement, emosi positif dan hedonic consumption tendency terhadap pembelian impulsif di department store; Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Annur (2022, 28 juni) E-Commerce Terpopuler di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaranya? [on-line]. Diakses pada tanggal 7 juli 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya>.
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2021). Perilaku impulse buying di masa pandemi. sosioglobal: *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(1), 43.

- Arisandy, D. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying (desy arisandy) kontrol diri ditinjau dari impulsive buying pada belanja online. *Jurnal Ilmiah Psych*, 11 (1), 63–73.
- Ashfaq, S., Kayani, G. M., & Ahmed, M. (2016). Impact of individualism, collectivism, mood, proximity and savings on impulsive buying behavior in Pakistan. *Journal of Scientific Research*, 24 (5), 1758-1765.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior* (6th ed.) New York: Thomson Learning. and Business research, Vol. 2.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas* (4th ed.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. (1998). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, saifudin. (2017). *Metode Penelitian Psikologi* (2nd ed.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu Swastha, Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Basuki, A. (2020). Sistem pendidikan bagi generasi z (gen z). *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, 7 (01), 43-55.
- Bayu (2022, 21 September). Laporan Survei Belanja Online 2022 [on-line]. Diakses pada tanggal 7 juli 2024 dari <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/laporan-survei-belanja-online-2022>.
- Chaney, D. (2004). *Life Style, Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chasanah, U., & Mathori, M. (2021). Impulsive buying: kajian promosi penjualan, gaya hidup, dan norma subyektif pada marketplace di yogyakarta. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12 (2), 231-255.
- Coley, Amanda Leigh. (2002). *Affective And Cognitive Processes Involved In Impulse Buying*. Athens Georgia: Master of Science The University of Georgia
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.

- Dawson, S., & Kim, M. (2009). External and internal trigger cues of impulsive buying online. *Direct Marketing an International Journal*. 3 (1). 20-34.
- Dhurup, M. (2014). Impulsive fashion apparel consumption: the role of hedonism, fashion involvement and emotional gratification in fashion apparel impulsive buying behaviour in a developing country. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (8), 168-177.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh promosi penjualan (sales promotion) dan belanja hedonis (hedonic shopping) terhadap impulse buying secara online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (1), 1.
- Djaali. (2008). *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Donavan, T., Minor, M. S., & Mowen, J. C. (2016). *Consumer Behavior*. Chicago: Chicago Business Press.
- Duwiyanti, Arie (2023). Pengaruh gaya hidup, diskon, dan penggunaan shopee paylater terhadap impulse buying pada mahasiswa FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2018-2021; UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Engel, F.J, Blackwell, D.R & Miniard, W.P. (1990). *Perilaku Konsumen, Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J.F., Blackwell, D.R., & Miniard, P.W. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1 Alih Bahasa Budiyanto*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, James F. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaruoa Aksara.
- Faadhilah, F. N. (2018). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan beauty vlogger sebagai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik studi kasus pada remaja perempuan pengguna kosmetik korea di surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7 (1), 133-142.
- Feist, J. & Gregory J. Feist. (2008). *Theories of Personality (7th. ed.)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitriya, I. C. (2019). Pengaruh gaya hidup, kesenangan berinternet dan susceptibility to interpersonal influence terhadap pembelian impulsif produk sale e-commerce. Bachelor's thesis; Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Fuad, A., Puspitawati, I., & Akhrori, M. N. (2022). Impulsive buying pada konsumen tanaman hias dimasa pandemi studi deskriptif. *Jurnal Kesehatan Dan Kedokteran*, 1 (2), 58-64.
- Ginting, N. M. (2022). Pengaruh gaya hidup dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada store urban traffic medan. *VALUE*, 3(1), 114-125.
- Hastuti, S. H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan sifat kepribadian terhadap pembelian impulsive. Bachelor's thesis; Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hawkins, D.I., Best, R.J., Coney, K.A (1995). *Consumer behavior: implications for marketing strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Herlina, E. R. (2023). Pandangan islam terkait gaya hidup hedonisme pada generasi z. andragogi: *Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, 5 (1), 1–10.
- Indika, D. R., & Rahayu, S. D. (2020). Bagaimana gaya hidup mempengaruhi impulse buying generasi milenial pada produk fashion. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2 (1), 64-72.
- Indrawati, P. D. (2017). *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Izzaturrahim, B. F., Khambali, & Tsaury, A. M. (2020). Implikasi pendidikan q.s. al-isra ayat 26-27 tentang larangan tabdzir terhadap upaya menghindari perilaku mubazir. *Prosiding Pendidikan Agama Islam*, 6 (17), 36–39.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Johannes, J., Octavia, A., & Suwarti, Y. (2017). The effect of hedonic lifestyle, hedonic motivation and quality of products to interest recycling tupperware product in Jambi city. *Journal of Business Studies and Management Review*, 1 (1), 18-25.
- Juju, D., & Maya, M. (2010). *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress+WP E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12, 163-176.
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan gaya hidup hedonisme terhadap perkembangan kepribadian anak. *JUBIKOPS Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3 (1), 37.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K., & Abdullah, Y. (2014). Pengaruh hedonic shopping motives terhadap gaya hidup berbelanja dan pembelian impulsif survei pada pelanggan outlet stradivarius di galaxy mall surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14 (2) 1, 7.
- Kotler, P & Amstrong, G. (1997). *Principis of Marketing Edisi 3*, alih bahasa Sindoro dan Molan. Jakarta : Prenhanlindo
- Kotler, P.(2002). *Manajemen Pemasaran* (Millenium ed., Vol. 2nd). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th. ed.). Jilid 1 & 2. Jakarta: Erlangga.
- Lodeng, A. (2018). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif menurut ekonomi islam studi pada mahasiswa santri ma'had al-jami'ah uin raden intan lampung. Doctoral Dissertation; Uin Raden Intan Lampung.
- Loekamto, A. (2012). Implementasi technology acceptance model (tam) dalam online shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1 (3).
- Loudon, D. L., & Bitta A. J. (1993). *Consumer Behavior Concept And Application* (4th. ed.). Singapore: Mcgraw Hill.
- Lutfiah, A. (2018). Pengaruh internal dan external stimuli terhadap impulse buying pada ritel h&m. Bachelor's thesis; Jakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh faktor gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal*, 6 (1).
- Mowen, C., & Minor, J. M. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2002). *Consumer Behaviour* (5th. ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.,

- Mowen, John & Michael Minor. (2005). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *J@ TI Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8 (3), 143-152.
- Muzni, N., & Budiman, D. A. (2021). Studi social judgment perilaku gen-z di bengkulu selama masa pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 2 (2), 314-322.
- Naqiah, Z., Itang, I., & Sunardi, D. (2019). Perspektif islam tentang pengaruh kepribadian dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen. Tazkiyya: *Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan*, 20 (02), 181-194.
- Nazmi, F. D. (2016). Hubungan antara penonton khayalan imaginary audience dengan pembelian impulsive, impulsive buying produk fashion pada remaja di kota Bandung; Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nihayaturrohmah, F. (2021). Pengaruh Emosi Positif Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee Di Karesidenan Madiun; IAIN Ponorogo.
- Nisak, Maslatun, & Tutik Sulistyowati. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion Studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, (2) 86–96.
- Noor, M., Pranoto, H., & Afriana, R. (2020). Korelasi antara kecemasan dalam berhubungan sosial dengan prokrastinasi akademik peserta didik sma negeri 1 rumbia lampung tengah. *Counseling Milenial (CM)*, 1 (2), 87-102.
- Novia, M. H., & Harmon, H. (2016). Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 2(3), 121-133.
- Padmono. (2011). *Evaluasi Pengajaran*. Surakarta: UNS.
- Palupi (2022, 28 Agustus). Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia [on-line]. Diakses pada tanggal 7 juli 2024 dari <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>.

- Peter J. P. & Olson, J.C. (2005). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (7th. ed.). New York: Mc Grawhill Company.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*. 38 (1) 33-37.
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. *Jurnal riset ekonomi dan manajemen*, 15 (2), 280-301.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Putra, R. Y., Fadillah, S. N., Nugroho, A. A., & Nuzula, I. F. (2022). Analysis of factors contributing to impulse buying behavior of e-commerce users. *Journal of Management Studies and Development*, 1 (01), 48-67.
- Putri, A. U. (2019). Hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan impulsive buying pada pria metroseksual di kota Palembang. Inderalaya; Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya
- Putri, G. A. W. (2017). Hubungan antara gaya hidup brand minded dengan kecenderungan impulsive buying pada remaja; Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif makanan kekinian mahasiswa urban surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8 (4), 1417-1428.
- Rastiawan, A.T (2023). Pengaruh gaya hidup, promosi, persepsi kemudahan dan intensitas penggunaan shopeefood terhadap impulse buying Studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. Kh Saifuddin Zuhri Purwokerto; UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Risnawati, R., Mintarti, W., Umi, S., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, Vol.3, 430-436.

- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14 (2), 189-199.
- Sabrina, H. N. (2023). Hakikat gaya hidup minimalis: studi quran surah al-furqan ayat 67. *Jahe: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1, 98–113.
- Salsabila, R. F., & Suyanto, A. M. A. (2022). Analisis faktor-faktor pembelian impulsif pada e-commerce kecantikan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13 (1), 76-89.
- Sanjaya, V., & Widoatmodjo, S. (2022). Analisis faktor yang memengaruhi pembelian impulsif pada e-commerce di jakarta selama pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6, (5), 503-508.
- Sanoesi, R. N. W. O., & Setiawan, H. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, intensitas penggunaan, gaya hidup terhadap impulse buying pada pengguna shopee paylater. *Simba Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*. Vol. 4
- Sari, Aprilia Eka. (2014). Analisis faktor yang mempengaruhi pembelian spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 13(1):55–73.
- Sari, Chacha Andira. (2015). Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi universitas airlangga; Universitas Airlangga.
- Sari, Dwi Permata. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif konsumen online dengan sumberdaya yang dikeluarkan dan orientasi belanja sebagai variabel mediasi. Surabaya; Universitas Kristen Petra.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2007). *Psikologi Remaja* (11th. ed.). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sathish, S., & Rajamohan, A. (2012). Consumer BEHAVIOUR AND LIFESTYLE MARKETING. *International journal OF marketing, financial services & management research*, 1(10), 152-166.
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L., (2007). *Purchasing behavior*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Semuel, H. (2006). Dampak respon emosi terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif konsumen online dengan sumberdaya yang dikeluarkan dan orientasi belanja sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 8(2), 101-115.

- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Shihab, M. Quraish, (2002). *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian AlQur'an, Vol. 7*, Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M. Quraish, (2002). *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian AlQur'an, Vol. 5*, Jakarta: Lentera Hati.
- Siregar, M. S. (2022). Hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan kecenderungan impluse buying pada mahasiswa psikologi universitas medan area stambuk 2017. Medan; Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan.
- Siregar, Syofian. (2015). *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sofi, S. A., & Nika, F. A. (2017). Role of intrinsic factors in impulsive buying decision: An empirical study of young consumers. *Arab Economic and Business Journal*, 12 (1), 29-43.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior: Buying, Having, Being*. New Jersey: Pearson.
- Solomon, Michael. R. (2009). *Consumer Behavior in Fashion* (2nd. ed.) New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, Michael. R., (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (9th. ed). New Jersey: Pearson.
- Sugiyono. (2008). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwo. (2019). *Statistika Psikologi*. Palembang; UIN Raden Fatah Palembang.
- Sumartono, S. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd. ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh daya tarik iklan televisi, literasi ekonomi, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin. *JEMSI Jurnal Ekonomi Manajemen System Informasi*, 2(4), 501–515.
- Suryabrata, Sumadi. (2000). *Pengembangan alat ukur psikologi: Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Susanto, A. B. (2001). *Potret-potret Gaya Hidup Modern*. Jakarta: Buku Kompas.
- Susanto, A.S. (2013). Membuat segmentasi berdasarkan life style (gaya hidup). *Jurnal JIBEKA*, 2, 1-6.
- Susianto. H. (1993). Studi gaya hidup sebagai upaya dalam mengenali kebutuhan anak muda. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*, 1, 55-76.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tirmizi, Muhammad Ali. (2009). An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets. *European Journal Of Scientific Research*. Vol. 28 No. 4
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi & Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (2nd. ed.). Jakarta: Salemba.
- Verhagen, T., & Dolen, V. W. (2011). The influence of online store beliefs on consumers online impulse buying: a model and empirical application. *Journal Information & Management*, Vol. 48, pp. 320-327.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15 (1 SUPPL.), 71–83.
- Wahyuningsih, W., & Fatmawati, I. (2016). The influence of hedonic lifestyle, shopping addiction, fashion involvement on global brand impulse buying. *JBTI Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 7 (2), 278-300.

- Wahyuningsih, W., Paly, M. B., & Astaty, A. (2016). Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan harga kerupuk dangke merek nursi di kabupaten enrekang (studi kasus di desa talaga). *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*, 3 (1).
- Wicaksono, Yudhi. (2010). *Panduan Praktis Buka Usaha Dengan Modal Laptop*. Jakarta: Elex Media Komputindo.