

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2020). PENGARUH E-COMMERCE, PROMOSI PENJUALAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 1(2), 481–493.
- Ahmed, R., Soomro, H., Ali, K., & Ali, W. (2015). Influence of Lifestyle and Cultural Values on Impulse Buying Behavior. *Available at SSRN 2656033*.
- Alma, H. B. (2009). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Amirullah, A. (2015). *Pengantar Manajemen. Fungsi–Proses–Pengendalian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Amstrong, K., & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. England: Preaseon Education, Inc.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2017). Preferensi Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 151–160.
- Isra Mirandha, I. (2017). Pengaruh tampilan etalase, pendekatan promosi, gaya hidup berbelanja, dan karyawan toko terhadap pembelian impulsif pada pengunjung Hermes Palace Mall Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(3).
- Kadir, S. T. (2015). Konsep, contoh dan analisis data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Kelly, E. (2015). Gaya Hidup Hedonis dan Impulse Buying Pada Kalangan Remaja Putri. *SKETSA BISNIS*, 2(1), 1–18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. England. Pearson Education, Inc.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran; Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*.
- Mawarni, E. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Hijab Online Shop pada Mahasiswi Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Iain Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- MUJAHIDAH, A. N. (2020). *ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENANGANANNYA (STUDI KASUS PADA SATU PESERTA DIDIK DI SMK NEGERI 8 MAKASSAR)*. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian Edisi ke 9*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Jurusan Ppb 2013 Fip Uny. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Pandia, R. M., Kadunci, K., & Hutagalung, D. D. C. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK AIR MINERAL AQUA. *Epigram*, 14(1).
- Rakhasiwi, G. M. (2021). *Analisa Penerapan Strategi Pengembangan Dan Pemasaran Pada Usaha Kerupuk Cap Merak Di Desa Ketawang Dolopo*. IAIN Ponorogo.
- Rismaya, S., & Auliya, Z. F. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Behavior*. Institut Agama Islam Negeri

- Surakarta.
- Saragih, A. H., Siringo-ringo, E. D., Togatorop, F., & Tanjaya, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 210–218.
- Setiyaningrum, A., & Udaya, J. (2015). *Prinsip-prinsip pemasaran*.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Suharyadi, H., & Insani, M. A. (2016). Manajemen Pemerintahan Dalam Program Unit Reaksi Cepat Tambal Jalan Di Kota Bandung Tahun 2015. *Jurnal Ilmu Pemerintahan ISSN, 2442, 5958*.
- Suparyanto, R., dan Rosad, S., & SE, M. M. (2015). *Manajemen pemasaran. Bogor: In Media*.
- Suparyogo, I. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Yogyakarta: Andi.
- Wastuti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 133–146.
- Yani, A., Mangkunegara, A. A. A. P., Revisi, P. K. E., & Aditama, R. (n.d.). Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yistiani, N. N. M., Yasa, N. N. K., & Suasana, I. G. A. K. G. (2012). Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.