

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. D. (2020). Pengaruh Life Style, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Ngawi. *JURNAL EKOMAKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 18–21. <https://doi.org/10.33319/jeko.v9i1.49>
- Aini, A. (2022). *Promosi: Pengertian, Manfaat, Fungsi, Tujuan, dan Strateginya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/promosi-adalah/#.Yz3GrHZBzIV>
- Alinda Mahdiyan. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–11.
- Anas, K., & Muhajirin. (2020). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Harga Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal of Business and Economics ...*, 1(2), 131–138. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/203>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Ardyan, E., & Gunawan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mark.on.Id. *Performa*, 6(2), 104–113. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2029>
- Chan, G. F., Akhmad, I., & Hinggo, H. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. ... , *Accounting and Business Journal*, 2(1), 151–159. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/400%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/400/46>
- Cipta, H., & Wdiyawati, L. (2021). *Pengaruh Harga Diskon , Citra Merek , dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pembelian di Shopee*. 9(2), 46–62.
- Claudia, C. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Wellindo Blast Media. *Scientia Journal*, 5(3).
- Claudia, C., & Suhardi. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WELLINDO BLAST MEDIA. *Scientia Journal*, 5(3). https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=DvCBjBYAAAAJ&citation_for_view=DvCBjBYAAAAJ:35N4QoGY0k4C
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Dengan, F., Name, B., & Variabel, S. (2022). 1 , 2 , 3. 8721, 2219–2228.
- Dihni, V. A. (2022). *10 Aplikasi E-Commerce yang Paling Banyak di Unduh di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/27/kalahkan>

amazon-shopee-jadi-aplikasi-e-commerce-paling-banyak-diunduh-secara-global

- Fahd, F., & Sugiarto, Y. (2015). Analisis Pengaruh Promosi Dan Atmosfer Gerai Terhadap Impulse Buying melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Journal of management*, 4(2), 1–8.
- Fauziah, S., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Produk Fashion. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 81. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11046>
- Febriani, R., & Susanti, F. (2019). *PENGARUH LIFE STYLE, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERSONAL CARE DI PT EASTON KALERIS INDONESIA CABANG PADANG (Studi pada mahasiswa STIE “KBP” Padang)*. 1–13.
- Fenti Hikmawati M.Si., D. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN*. PT Raja Grafindo Persada, Depok.
- Hutabarat, Y. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita pada Brand Valino Donna di Parkson Medan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Meda*, 20(20), 17.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF. QUADRANT*.
- KRISTIADI, E. K. O. (2020). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Lifestyle, dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Celana Laa Isbal di Kota Salatiga)*. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/9646>
- Maley, N. M. S., Fanggalda, R. P. C., & Kurniawati, M. (2020). PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE (STUDY PADA MAHASISWA FEB UNDANA) The Effect of Promotions , Prices , and Hedonic Shopping motives on the Implusive Buying Behavior of Shopee Users (Study on Student FEB. *Ekonomi & Ilmu Sosial*, 3(2), 123–141. <http://ejournal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/7718>
- Marbun, strahel I. kristin, & Saputra, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Di Kota Batam. *Google Scholar*, 5(1), 1–10.
- Maulana, R. I. (2018). Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying. *Universitas Pamulang*, 2(2), 213–225. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/3956/2495>
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., Djurwati Soepeno, Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Emba*, 7(3), 2949–2958.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made in China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafeteria*, 2(2), 15–27. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>
- Nur Indriantoro M.Sc, D., & Bambang Supomo M.Si, D. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis (pertama)*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Purwati, A. A., Yusrizal, Y., & Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of*

- Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.652>
- Putra, M. R. M., Albant, M. A. K., Sari, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Promosi, Fashion Involvement, dan Shopping Life Style, dan Impulse Buying Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Syari'ah*, 03(02), 21–29.
<http://ejournal.stieba.ac.id/index.php/revenue/article/view/16>
- Rahmadani, W. (2021). *Pengaruh Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. 3(2), 567–599.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8715>
- Redwi Azizah, T. (2021). *PENGARUH POTONGAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSE BUYING PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN SHOPPING EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE DI KABUPATEN BEKASI)*. 6.
- Ristanto, H., & Aditya, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). *Bingkai Ekonomi*, 6(1), 58–71.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner*, 3(2), 320. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(5), 788–801.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i5.621>
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4738>
- Sudaryono, D. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method* (kedua). PT Raja Grafindo Persada, Depok.
- Sugiyono, P. D. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. In *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Surbakti et al. (2022). Pengaruh Influencer , Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 78–85.
- Suyetno. (2019). Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 2 No. 3 Desember 2019. *Jurnal Simplex*, 2(3), 49–62.