

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhammad, and Purwanto Purwanto. (2020). "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee ID." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 2(2): 34
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan: Vol. XVI (Issue 1).
- Amanda Chastity. (2012). Pengaruh Visual Merchandising Alunalun Indonesia Terhadap Minat Beli Konsumen Di Grand Indonesia Shopping Town.
- Ariani, I., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The Effect Of Promotion And Hedonic Shopping Motivation On Costumer Impulse Buying On Zalora Online Shopping Sites. In *Journal of Accounting and Business Issues*. JABI. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/jabi>
- Chastity, A. (2012). Pengaruh Visual Merchandising Alunalun Indonesia Terhadap Minat Beli Konsumen Di Grand Indonesia Shopping Town.
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (n.d.). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. 5, 149–162. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Huang, Y., & Suo, L. (2021). Factors Affecting Chinese Consumers' Impulse Buying Decision of Live Streaming E-Commerce. *Asian Social Science*, 17(5), 16. <https://doi.org/10.5539/ass.v17n5p16>
- Irfandi, S. A., & Anggraeni, R. (2021). Pengaruh Sales Promotion, Visual Merchandising Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa/i di Malang Pengguna Aplikasi Shopee).
- Kotler, Philip, Armstrong, and Gary. (2010). *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlanga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (1st ed., Vol. 1). PT Prenhallindo.
- Kotler, P., Keller, & Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jilid Pertama Dan Kedua (12th ed., Vols. 1, 2). PT. Indeks.

- Le, P. (2018). *The Influence of Online Visual Merchandising on Impulse Purchasing Degree programme International Business Report/thesis title The Influence of Online Visual Merchandising on Impulse Purchasing*.
- Mazidah, I. M. Y. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Equity.
- Nurul, O. :, & Rahmawati, T. (n.d.). Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Dan *Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi *The Influence Of Hedonic Shopping Value And Shopping Lifestyle On Impulse Buying Which Positive Emotion As The Mediation Variable*.
- Octaria Pasaribu, L., & Kusuma Dewi, C. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora (Vol. 19, Issue 2).
- Putra, R. A., & Suryadi, N. (n.d.). Pengaruh Visual Merchandising, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Konsumen Miniso Kota Malang).
- Senggetang, V., Mandey, S. L., Moniharapon, S., & Lokasi..., P. (2019). Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Siti, O. :, Az-Zahra, F., Rohman, F., & Si, M. (2018). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Lazada di Kota Malang).
- Sopiyan, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 2). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Sudarsono, J. G. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.16-25>
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tirtayasa, S., Nevianda, M., & Syahrial, H. (2020). The Effect of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle And Fashion Involvement With Impulse Buying. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v2i1.5715>

Tjiptono, Fandy, (2015), Strategi Pemasaran, Edisi Keempat. Andi, Yogyakarta.

Utami, Christina W. (2017). Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Edisi Ketiga. Salemba Empat, Jakarta.