

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnold and Reynolds. (2003). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Gaya Hidup Berbelanja dan Pembelian Implusif.
- Dhurup. (2014). Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia . *Jurnal Online UM Jember*.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, A. Tejkusumo ed 9th ed.
- Hayer, Coob;. (1986). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Implusif. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Kosyu. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Gaya Hidup Berbelanja dan Pembelian Implusif. *Jurnal Administrasi Bisnis 14 (2)*.
- Mudzalifa;. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Implusif. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Octavian, L. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma. Volume 04 Nomer 03 Tahun 2016* .
- Sudjana, N. (2015). *Metode Statistika*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 23rd ed.
- Suryani. (2003). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN. *Indah Tri Lestari*.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: an integrative self-regulation approach. *J Consum Policy*, hal. 197-210.
- <https://www.liputan6.com/tekno/read/4625948/tokopedia-jadi-e-commerce-dengan-kunjungan-paling-banyak-di-semester-1-2021>