

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. G., Abdullah, C. U., & Adriany, V. (2020). *Borderless Education as a Challenge in the 5.0 Society*. CRC Press.
- Ahdiat, A. (2023, July 7). *Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>
- Alfiyah, M. T., & Prabowo, B. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee di Kota Tuban. *JBI (Jurnal Bisnis Indonesia)*, 12(2), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jbi.v12i2.2896>
- Amaylia, C. N., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2022). Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Jolie Accesories (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Jolie Accesories Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(2), 180–188. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/1782/837>
- Annur, C. M. (2022, June 28). *E-Commerce Terpopuler di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaranya?* Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya>
- Babin, J. B., Harris, G. E., Murray, & Bayne, K. (2018). *Consumer Behaviour Second Edition*. Langara College.
- Bhagat, P. (2020). *Advertising and Sales Promotion*. SBPD Publishing House.
- Brahim, N. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*. Penerbit Andi.
- Catriana, E. (2021, September 9). *Gelar Promo 9.9, Shopee Jual 1,8 Juta Produk Hanya Dalam 1 Menit*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/09/09/180100826/gelar-promo-9.9-shopee-jual-1-8-juta-produk-hanya-dalam-1-menit>
- Devi, N. W. C., & Jatra, I. M. (2020). Positive Emotion Memediasi Sales Promotion dan Store Environment Terhadap Impulse Buying. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1942–1961. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p15>
- Fahy, J., & Jober, D. (2022). *Foundations of Marketing Seventh Edition*. McGraw Hill Education.
- Fanun, D. (2021). *The Art of Emotion First Edition*. Araska.
- Fauzi, L. U., Welsa, H., & Susanto. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 10(2), 150–160. <https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/7560/5286>

- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53–62. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.372>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Geddes, E., Lindebaum, D., & Jordan, P. J. (2018). *Social Functions of Emotion and Talking About Emotion at Work*. Edward Elgar Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Second Edition*. Universitas Diponegoro.
- Gruber, J. (2019). *The Oxford Handbook of Positive Emotion and Psychopathology*. Oxford University Press.
- Haque-Fawzi, G. M., Iskandar, S. A., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Harrington, W. J. (2017). *New Economic Spaces : New Economic Geographies*. Taylor & Francis.
- Heri, H., Sudarno, & Yusrizal. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Martin Store Pekanbaru. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2486–2497. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/977/652>
- Hertita, D. (2023). *Setiap Pebisnis Harus Tahu Promo Upselling Cross-Selling ini!* Elex Media Komputindo.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., & Northey, G. (2018). *Consumer Behaviour Second Edition Asia-Pacific Edition*. Cengage Learning.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ivo, O. A., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulsive Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 756–771. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.724>
- Kemp, & Simon. (2023, February 9). *Digital 2023 - We Are social*. Wearesocial.Com. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

- Kotabe Masaaki, & Helsen Kristiaan. (2020). *Global Marketing Management*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management Fifteenth Edition*. Pearson.
- Levy, M., Weitz, B., & Grewal, D. (2023). *Retailing Management Eleventh Edition*. McGraw Hill eBook.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2022). *Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara*. Bypass.
- Masitoh, M. R., Prihatma, G. T., & Alfianto, A. (2022). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Browsing dan Impulse Buying Tendency Terhadap Impulse Buying Pelanggan E-Commerce Shopee. *Sains Manajemen*, 8(2), 88–104. <https://doi.org/10.30656/sm.v8i2.5307>
- Maupa, H., Muis, M., Cokki, & Sulaiman, S. (2023). *Marketing Digital Konsep Entrepreneurship UMKM*. Nas Media Pustaka.
- Mittelstaedt, M. (2020). *Consumer Psychology and Consumer Behavior: Behavioral Economics and Cognitive Biases Simplified - Improve Your Critical Thinking*. Independently Published.
- Mulyana, A. (2022). *Gaya Hidup Metroseksual Perspektif Komunikatif*. Bumi Aksara.
- Nagadeepa, D. c, Shrirahatti, M. D., & Sudha, N. M. (2021). *Impulse Buying : Concepts, Frameworks and Consumer Insights*. Shanlax Publications.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Novia, N. H., Bahri, K. N., Rotua, E., Kanaidi, Noviany, H., Rahayu, I., Sukmadi, Tarunajaya, W. B., Gittawati, A. A. F., Kurniawan, M., Sarmidi, Goeltom, A. D. L., & Triyanto, I. R. (2023). *Strategi Digital Marketing*. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Nugraha Jefri Putri, Alfiah Dian, Sinulingga Gairah, Rojiati Umi, Saloom Gazi, Rosmawati, Fathihani, Johannes Rene, Kristia, Batin Mail Hilian, Lestari Widya Jati, Khatimah Husnil, & Beribe Maria Fatima B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nurlinda R A, & Christina Desi. (2020). Peran Positive Emotion Sebagai Mediator Hedonic Shopping dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying di Lazada. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(1), 231–244. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-18160-11_0795.pdf
- Nurliyani Hani, Safarina Fauziah, & Nurizal Muhammad Faizal. (2020). *Buku Seri Praktikum E-Commerce*. Universitas Gunadarma.
- Pandrianto, N., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2020). *Digitalisasi dan Humanisme Dalam Ekonomi Kreatif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pebrianti, W., & Yuwinda, R. (2021). Pengaruh Visual Merchandising, Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying.

Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT), 12(3), 253–268.
<https://doi.org/10.36694/jimat.v12i3.334>

Pratiwi, V. T., & Isa, M. (2023). Peran Positive Emotion Dalam Memediasi Hedonic Shopping dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 221–233.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4852/3199>

Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana .

Putri, P. I. W., & Andani, I. G. A. K. S. (2023). Peran Positive Emotion Memediasi Pengaruh Sales Promotion dan Hedonic Consumption Terhadap Impulse Buying. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(1), 15–31.
<https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i01.p03>

Rachmadi, T. (2020). *The Power of Digital Marketing*. TIGA Ebook.

Rainer, P. (2023, August 29). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z Didominasi Oleh Gen Z*. GoodStas.
<https://data.goodstats.id/statistic/pierrainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>

Ramanto, I., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Service Quality dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online Produk Bukalapak. *JREA : Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 141–157.
<http://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JREA/article/view/277/278>

Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi First Edition*. Insania.

Reza, H. K. (2017). *Electronic Payment*. Wiyata Bestari Samasta.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen First Edition*. Deepublish.

Rusmana, A., Juddi, M. F., Suminar, J. R., Sundari, Y., Prayogi, I. A., Nurisani, R., Aulianto, D. R., Hadisiwi, P., Kustanti, E., Wulandari, E. R., Karlinah, S., Rachman, R. A., & Claudita, A. (2019). *The Future of Organizational Communication in The Industrial Era 4.0*. Media Akselerasi.

Sakdiah, & 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), 1–16. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>

Saleh, Y. M., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.

Saputro, I. B. (2019). Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Minimarket Kota Yogyakarta. *JIM Jurnal Ilmu Manajemen*,

- 16(1), 35–47.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/25063/12141>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani Eka, Siwiyanti Leonita, & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit samudra Biru.
- Seta, Dinda, Maria, Safira, Tesa, & Veronica. (2022). *Perilaku Konsumen : Kunci Memenangkan Bisnis*. Dd Publishing.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen Seventh Edition*. Prenada Media.
- Sharma, F. C. (2020). *Marketing Management*. SBPD Publications.
- Shopee. (2023). *Shopee Indonesia. Shopee Karier*.
<https://careers.shopee.co.id/about>
- Siahaan, S. N., Cahyani, P. D., & Welsa, H. (2021). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Melalui Positive E-motion Sebagai Variabel Intervening. *Stability: Journal of Management and Business*, 4(1), 1–14.
<https://doi.org/10.26877/sta.v4i1.7866>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behaviour : Buying, Having, and Being Thirteenth Edition*. Pearson Education.
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, R. N. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 207–216.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.115>
- Subadar, A. A., Rafli, M., Fauzilah, N., Heus, F. A. A. B., & Nusron, A. (2022). *Why Digital Marketing?* CV. Bintang Semesta Media.
- Sudyasjayanti, C., & Lie, V. (2022). Pengaruh Mediasi Positive Emotion Pada Sales Promotion dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Gen Z Pengguna Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(5), 571–576. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.19265>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Second Edition*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Second Edition*. Ghalia Indonesia.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2022). *Metode Penelitian Sosial Third Edition*. Prenada Media.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Third Edition*. Salemba Empat.

Wicaksana, S. A., & Ardani, S. S. (2022). *Psikologi Pelayanan : Kunci Pelayanan Prima di Masyarakat 5.0 First Edition*. Dd Publishing.

Wijoyo Hadion, Indrawan Irjus, Cahyono Yoyok, Handoko Agus Leo, & Santamoko Ruby. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. CV. Pena Persada.

Zahara, R. (2019). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 39–44. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.46>



UNIVERSITAS
MIKROSKIL