

DAFTAR PUSTAKA

- A., Erdem & Yılmaz, E. S. 2021. Investigation Of Hedonic Shopping Motivation Effective In Impulse Buying Behavior Of Female Consumers On Instagram. *Journal Of Yasar University*, 16(64), 1605-1623.
- Afif, M & Purwanto. 2020. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada konsumen Shopee Id. *Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34–50.
- Arij, F. N dan Swuitho. 2021. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif pada Shopee.Co.Id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(06), 1-16. Chaniago, Harmoni. 2021. *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung: Edukasi Riset Digital.
- Cnn. 2021. Aprindo Ramal Ritel Hanya Tumbuh 3 Persen Kuartal III. Diakses pada 20 Februari, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210908162215-926915522/aprindo-ramal-ritel-hanya-tumbuh-3-persen-kuartal-iii-2021>.
- Dalihade, Meigie Putri., dkk. 2017. Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal Emba*, 5(1), 221-234.
- Ghazali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghristian, I. D. (2016). Citra Merek dan Iklan Terhadap Pembelian Impulsive Celana Jeans Levi’S di Surabaya. *Journal Of Business and Banking*, 5(2), 319–336.

Hadani., dkk. 2020. *Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Cv.Pustaka Ilmu.

Hadyan, Rezha. 2020. Industry Ritel Tumbuh Lebih Baik. Diakses pada tanggal 20 Februari, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200128/12/1194484/Industri-Ritel-Diprediksi-Tumbuh-Lebih-Baik>.

Hamdani, trio. 2017. Diakses pada 15 November 2022, <https://economy.okezone.com/read/2017/08/26/1763670/tutup-8-gerai-supermarket-begini-alasan>

Ramayana. Handayani, Susi & Mutia Arda.2019. Effect of Discount and Hedonic Shopping Motivies Against Buying Impulse. *1st Icis*, 1(1), 93-101.

Hausman, A. 2014. A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 2(4), 14-27.

Laporan Keuangan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. 2022. Diakses pada 15 November 2022,

<https://emiten.kontan.co.id/perusahaan/435Laporan/Ramayana-Lestari-Sentosa-Tbk>

Jumlah Pengunjung Mall Medan. 2022. Diakses pada 13 Februari 2022, <https://databoks.katadata.co.id/>.

Ibrahim, Julianto yahya dkk. 2017. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Distro Kizaru di Kota Bandung. *Prosiding Manajemen*. 3(1),412-426.

- Kosyu, Dayang Astuti., dkk. 2016. Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei Pada Pelanggan *Outlet Stradivarius* di Galaxy Mall Surabaya) . *Jurnal Administrasi Bisnis* ,14 (2), 1-7.
- Kotler Philip dan Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Manajemen. Edisi Ke 15.* Global Edition : Person.
- Kusnawan, Agus Dkk. 2019. Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137-160.
- L., Dewi Andriany dan Mutia, Arda 2021. The Effect of Discount Prices Toward Impulse Buying Halal Food On Go Food Consumers in Medan. *Proceeding International Seminar On Islamic Studies*, 2(1), 54-61.
- Lestari, S., I., Puji. 2018. Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur*, 7(2), 129–140.
- Nugroho, B. dan Idris. 2018. Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Situs Marketplace Tokopedia.. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4), 1-11.
- Ozen, H. Dan N. Engizek. 2014. Shopping Online Without Thinking: Being Emotional or Rational? *Asia Pacific Journal Of Marketing and Logistics*, 26(1), 78-93.

- Paramita, Niza dan Suhermin. 2015. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(1), 1-17.
- Primadhyta, Safyra. 2015. Generasi Milenial Ri Paling Impulsif Belanja Barang. Diakses pada Februari 2022, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. Analisis Statistic Ekonomi dan Bisnis Dengan Spss. Ponorogo: Cv.Wade Group.
- Purnomo, Hery & Lilia Pasca. 2018. Analisis Hedonic Shopping Motivies Terhadap Impulse Buying Toko Daring Pada Masyarakat Kota Kediri. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 68-88.
- Putra, Endhar Widjaya., dkk. 2016. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2),1-10.
- Putri, B., R., Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran* .Denpasar: Universitas Udayana.
- Ranasari, Dyan dan Fajrianthi. 2021. Pengaruh Hedonic Shopping Motivations Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Produk Fashion. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 1(1), 460-469.
- Ratih, I. A. T. & Astiti, D. P. (2016). Impulsif buying pada remaja putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(2), 209–219.

- Rofiqoh, Tengku syarifah & Supriati. 2020. The effect of Price Discounts on Impulsive Online Purchase (Case Study On Shopee Application User Bengkalis State Polytechnic). *JABA*, 2(3), 69-75.
- Risnawati, Ni putu Diah., dkk. 2021. Peran *Hedonic Shopping Motivation, Store Atmosphere*, dan *Price Discount* Dalam Meningkatkan *Impulse Buying* Konsumen Coco Supermarket Batubalan. *Jurnal manajemen kewirausahaan dan pariwisata*, 1(2), 530-540.
- Samo1, Ayaz., dkk. 2019. Revealing Youngsters' Impulsive Buying Behavior Through Hedonic Shopping Motivations. *European Journal Of Business and Management*, 11 (3), 110-119.
- Samuril, Valentine L.f dkk. Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee, *Jurnal Emba*, 6(4), 2238 – 2247
- Sari, Fitria dan Nita Sri Handayani. 2019. Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 12(4), 21-36
- Sari, Ratna, A. dan Nurkahasanah .2021. Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(1), 68-75
- Solomon, M. R. 2017. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. London: 12th Edition. Pearson Education Limited.
- Siyoto, S & M. A. Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung :

Alfabeta, Cv.

Trading economics. 2022. Indonesia Retail Sales. Diakses pada 4 Agustus 2022,

[Https:// tradingeconomics.com/indonesia/retail-sales-annual](https://tradingeconomics.com/indonesia/retail-sales-annual).

Utami, C. W. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Wahyuni, D. F. dan I. Rachmawati. 2018. Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(2), 59-65.

Wahyudi, Septian. 2017. Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valuta*, 3(2), 276-289.

Xu, Y. & Huang, J. (2014). Effects Of Price Discounts and Bonus Packs On Online Impulse Buying, *42(8)*, 1293–1302.

Yahmini, E. 2019. Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa di Lima Universitas di Yogyakarta). *Journal Of Research in Business and Economics*, 1(2), 41-56.

Yulawati, Yupi dan Indri. 2017. Belanja Hedonis Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekubis*, 1(2), 40-51

Zurit, Rinny Apriyanti dkk. 2014. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online (Studi Pada Konsumen Mataharimall.Com. *E Proceeding Of Management*, 3(3) , 2688-2695