

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, D. (2019). *Pengaruh fashion involvement, hedonic shopping motivations dan impulse buying terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Butik Laaroiba* (Doctoral dissertation, IAIN Pekalongan).
- Andi Wicaksono, Q. (2021). *Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Toko Buah Awwabila Dolopo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Cipta
- Aulia, N. S. (2021). *Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Shopee* (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).
- Bestari, B. (2018). *Pengaruh gaya hidup berbelanja, diskon, dan keterlibatan fashion terhadap keputusan pembelian impulsif pada konsumen fashion di pakuwon mall surabaya* (Doctoral dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).
- Budiani, P., Prihatini, A. E., & Widiartanto, W. (2015). *Pengaruh Atribut Toko dan Fashion Involvement terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Matahari Department Store Paragon Mall Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 430-439.
- Citra, B. (2021). *Analisis Customer Experience, Atmosphere Lokasi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).

- Ferdiani, Kabrina. (2021). 5 Tanda Seseorang Memiliki Gaya Hidup Konsumtif. *Modal Rakyat*, 06 Januari 2021
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Apilasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Mediana, M. (2021). Pengaruh *Fashion Involvement* dan *Hedonic Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* produk pakaian di Matahari Department Store Mal Artha Gading/Mediana/25189051/Pembimbing: Dergibson Siagian.
- Mustami, Adinda Ade. (2017). Belanja Gaya Hidup Konsumen Makin Besar. *Kontan.co.id*, 14 Oktober 2017
- Populix. (2021). Perilaku Konsumen: Pengertian, Manfaat, Faktor, Teori & Model. *Populix*, 25 Desember 2021
- Prayogo, F. D., Srihandayani, C. M., & Wibowo, T. S. (2021). Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, 26(1), 29-39.
- Redaksi WE Online. (2021). Tom Liwafa, Crazyrich Surabaya Buka Bisnis Ninety-nine Store Sidoarjo. *Warta Ekonomi.co.id*, 22 Juli 2021
- Rifatin, Y., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying* (Studi

- pada Konsumen Toko Pakaian Dhyhijab Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 367-379.
- Sandi, B. (2017). Pengaruh *E-Wom* dan *costumer experience* terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli online Tokopedia. *MBR (Management and Business Review)*, 1(2), 106-115.
- Sari, N. A., & Indrawati, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Pada “Butik Kanabini” Di Tenggarong. *Jemi*, 18(2), 107-118.
- Sucidha, I. (2019). Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 3(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Sutopo, Ed.) (Kedua). Bandung: Alfabeta.
- Suriani, S. (2020). Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Sharp (Studi Kasus Pada Pelanggan CV. Sinar Cahaya Surya) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya).
- Sutardjo, D., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, *Word Of Mouth* Dan *Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Utami, C. W. (2017). *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (ketiga). Jakarta: Salemba Empat.