

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023, May 3). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. Databoks. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>. 23 Februari 2024 (09.45 WIB)
- Anin, A. F., & Atamimi, N. (2015). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 35(2), 181–193.
- Annas, M., & Harry, M. Z. M. (2023). Gen Z, Gender variabel Dummy: Hedonic Shopping, Lifestyle, Dan Impulse Buying. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 107–120.
- Annur, M. C. (2024). *Tingkat Penetrasi Internet di Pulau Jawa Berdasarkan Provinsi*. Databoks. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>. 24 Februari 2024 (07.30 WIB)
- Christopher, M., Lowson, R., & Peck, H. (2004). Creating agile supply chains in the fashion industry. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(8), 367–376. <https://doi.org/10.1108/09590550410546188>
- Cobb, J. ., & Hayer, W. . (1986). Planned Versus Impulse Purchase Behavior. *Journal of Retailing*, 62(4).
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
- Deviana, N. P. S., & Giantari, I. G. A. K. (2016). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 5264–5273.
- Driyan Pradana, W., & Bantam, D. J. (2023). Anteseden Dan Konsekuensi Kepercayaan Generasi Z Kepada Pemimpinnya Dalam Lingkungan Kerja Virtual. In *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)* (Vol. 1, Issue 2).
- Engel, B. & M. (1995). *Consumer Behavior*, 8th d, Orlando: The Dryden Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An*

Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison-Wesley.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.

Hidayat, R., Inggit,), & Tryanti, K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. In *Journal of Applied Business Administration* (Vol. 2, Issue 2).

Japariato, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*

Kim, H. (2005). Consumer profiles of apparel product involvement and values. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 9(2).

Levy, M. (2009). Retailing Manajemen (8th ed.). New York: McGraw-Hill Internasional.

Msb. (2023, November 13). *Platform E-commerce: Menggali Peluang Bisnis di Dunia Digital*. ITB Tuban. Diakses dari <https://itbtuban.ac.id/platform-e-commerce-menggali-peluang-bisnis-di-dunia-digital/>. 24 Februari 2024 (08.10 WIB)

Pramesti, & Dwiridotjahjono. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Surabaya*. 3(5), 945.

Shopee Careers. Tentang Shopee. Diakses dari <https://careers.shopee.co.id/about>. 24 Februari 2024 (13.11 WIB)

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.