

DAFTAR PUSTAKA

- Andy. (2020). Kamus Data. *Andydharmalau.Com*, 3.
<http://andydharmalau.com/kamus-data/>
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95.
- Buana, Y. E. P. A., & Tobing, D. H. (2019). Motivasi mahasiswa penerima beasiswa BIDIKMISI Universitas Udayana mengikuti gaya hidup hedonisme. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 221.
<https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p01>
- Burhan, B. (2018). Metode Penelitian Pariwisata dan Hospitality: Perspektif Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- Burhan, B. (2020). *Post-Qualitative Social Research Methods*. Kencana.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). Handbook of Qualitative Research (Terjemahan oleh Dariyantno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi). *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*. Retrieved From.
- Furnham, A. (2015). *The joy of shopping*.
<https://www.psychologytoday.com/blog/sideways-view/201511/the-joy-shopping>.
- Hamzah, A. (2020). Metode penelitian studi kasus. *Batu: Cet, 1*.
- Hanim, I. (2021). *Informan*.
- Hendrarini, H., & Parsudi, S. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SUSU MIUCUU SURABAYA *Consumer Taste of Product Attributes In The Purchase Decision Of Miucuu Surabaya Milk Beverage*. 8(2), 129–136.
- Hermawan, B. A. (2014). Analisis pengaruh faktor harga, selera, prestise, dan kualitas terhadap perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk: studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi pengguna produk helm INK di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. [Skripsi] Yogyakarta: Sanat.
- Ichsannudin, M. M., & Hery Purnomo, M. M. (2021). *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. Media Sains Indonesia.
- Kencana, M. R. B. (2020). *Liputan6.com*. 2020.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4210580/pengunjung-pusat-perbelanjaan-merosot-hingga-90-persen-imbis-corona-covid-19>
- Kim, H.-S. (2006). Using hedonic and utilitarian shopping motivations to profile inner city consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13(1), 57–79.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13. *Jakarta: Erlangga*, 14.
- Lubis, M. S. W. (2020). *Begini perubahan perilaku konsumen gara-gara corona*.
- Made, M. G., Rodhiyah, R., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 462–473.
- Makmun, A. S. (2003). Psikologi pendidikan. *Bandung: Rosda Karya Remaja*.
- McLeod, S. (2007). Maslow's hierarchy of needs. *Simply Psychology*, 1, 1–8.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Qualitative data analysis: A sourcebook

- of new methods. In *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods* (p. 263).
- Minahan, S., & Huddleston, P. (2013). Shopping with my mother: reminiscences of adult daughters. *International Journal of Consumer Studies*, 37(4), 373–378.
- Noviyanty, E. (2020). *MOTIF BELANJA MERCHANDISE K-POP*. STIE PGRI Dewantara.
- Nur, I. (2021). *Informan*.
- Petra, U. K. (1997). “Consumer behaviour can be defined as the behaviour that consumers display in searching for purchasing, using, evaluating, and disposing of products, and services they expect will satisfy their needs.” (1997:6). 7–31.
- Pink, B. (2021). YLKI catat selama pandemi aktivitas belanja online meningkat hingga 30%. *Nasional Kontan*. <https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30>
- Prasetyo, O. D. (2020). *Motivasi Belanja Dan Wanita*. STIE PGRI Dewantara.
- Prihartanta, W. (2015). Teori-teori motivasi. *Jurnal Adabiya*, 1(83), 1–14.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya*.
- Rahardjo, Mudjia. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*.
- Riska, R. (2017). *Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam (Studi di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rofiah, C. (2021). QUALITATIVE METHODS: SIMPLE RESEARCH WITH TRIANGULATION THEORY DESIGN. *Develop*, 5(1), 18–28.
- Rohman, F. (2010). Servicescape, Lingkungan Sosial, Suasana Hati Pengaruhnya terhadap Perilaku Berbelanja Hedonis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(4), 1020–1030.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (Judul Asli: Consumers Behavior), Edisi Ketujuh, PT Indeks*. Jakarta.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. *Jakarta: Prenada Media*, 125.
- SIRCLO. (2020). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat*. <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>.Jumlah
- Sudrajat, A. (2008). Teori-teori Motivasi. *Tersedia Juga Dalam Http://Akhmadsudrajat. Wordpress. Com/2008/02/06/Teori-Teori-Motivasi/[Diakses Di Bandung: 9 Oktober 2012]*.
- Sugiyono, M. P. P., & Kuantitatif, P. (2009). *Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Cet. VII.
- Suleman, D., Ali, H., Nusraningrum, D., & Ali, M. M. (2020). Pembeda Konsumen Dalam Memilih Tempat Belanja Offline Vs Online. *Jurnal ECODEMICA*, 4(2), 275–282.