

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Afandi, Ardian Rahman, and Sri Hartati. 'Pembelian Impulsif Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Kontrol Diri'. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (2017): 123–130.
- Aji, Risang Bagus Hastungkara, Henny Welsa, and Ignatius Soni Kurniawan. 'Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Social Media Product Browsing Dan Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta'. *Manajemen Dewantara* 3, no. 2 (2019): 262–276.
- Alwi, Idrus. 'Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika Dan Analisis Butir'. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA* 2, no. 2 (2015): 140–148.
- Arnold, Mark J., and Kristy E. Reynolds. 'Hedonic Shopping Motivation'. *Journal of Retailing* 79, no. 1 (2003): 77–95.
- Bagyarta, Samsi Dimastita. 'Analisa Pengaruh Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Repurchase Intention Pada Industri Pusat Kebugaran Kelas Menengah Atas Di Sidoarjo'. *Jurnal Strategi Pemasaran* 2, no. 1 (2014): 1–11.
- Bahri, Syabbul. 'Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam'. *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 8, no. 1 (2013): 135–154.
- Casado-Aranda, Luis-Alberto, Juan Sánchez-Fernández, and José-Ángel Ibáñez-Zapata. 'It Is All About Our Impulsiveness – How Consumer Impulsiveness Modulates Neural Evaluation of Hedonic and Utilitarian Banners'. *Journal of Retailing and Consumer Services* 67, no. 2 (2022): 1–11.
- Chan, Gerry Ferdian, Ikhbal Akhmad, and Hichmaed Tachta Hinggo. 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru'. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal* 2, no. 1 (2022): 151–159.
- Chan, Tommy K H, Christy M K Cheung, and Zach W Y Lee. 'The State of Online Impulse-Buying Research: A Literature Analysis'. *Information & Management* 54, no. 2 (2017): 204–217.
- Dermawan, Deni. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2013.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. 'Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di

- Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)'. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 65–71.
- Effendi, Syahrul, Faris Faruqi, Maya Mustika, and Rudi Salim. 'Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee'. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 17, no. 02 (2020): 22–31.
- Ermawati, Ermawati. 'Etika Konsumsi Islam Dalam Impulsive Buying'. *Bilancia* 1, no. 1 (2021): 107–109.
- Felita, Patricia, and Elsie Oktivera. 'Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulse Buying Konsumen Studi Kasus: Impulse Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita'. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 4, no. 2 (2019): 159–185.
- Feriyanto, Wahyu. 'Pengaruh Brand Image, Islamic Store Atmosphere Dan Brand Awarne Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervering'. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung, 2021.
- Fetrianggi, Ramadita. 'Analisis Online Visual Merchandising Elements Pada Toko Online Busana Muslim Di Indonesia'. *FINDER: Journal of Visual Communication Design* 1, no. 2 (2021): 1–7.
- Firdayanti, Nuri, A Muhamad Ramdan, and Erry Sunarya. 'Pengaruh Visual Merchandising Dan Product Assortment Terhadap Impulse Buying'. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 9, no. 2020 (2020): 391–404.
- Fitria, Tira Nur, and In Emy Prastiwi. 'Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah'. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 731–736.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017.
- Infopopulix.co. 'The Social Commerce Ladscape In Indonesia'. Last modified 2022. Accessed April 9, 2023. <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/>.
- Kim, Jiyeon. 'College Student' Apparel Impulse Buying Behavior In Relation To Visual Merchandising'. Georgia: Thesis University of Georgia Athens, 2003.
- Kimiagari, Salman, and Neda Sharifi Asadi Malafe. 'Salman Kimiagari Dan Neda Sharifi Asadi Malafe, "The Role of Cognitive and

- Affective Responses in the Relationship between Internal and External Stimuli on Online E-Impulse Buying Behavior'. *Journal of Retailing and Consumer Services* 61, no. 3 (2021): 1–12.
- Komala, Cucu. 'Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali'. *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019): 248–266.
- Kurniawan, Albert. *Metode Riset Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Lina, Lia Febria, and Larasati Ahluwalia. 'Customers' Impulse Buying In Social Commerce: The Role Of Flow Experience In Personalized Advertising'. *Jurnal Manajemen Maranatha* 21, no. 1 (2021): 1–8.
- Machali, Imam. 'Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif)'. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, 2021.
- Maghfiroh, Alayya, and Sulis Riptiono. 'Analisis Pengaruh Variety Of Selection Terhadap E Impulse Buying Dengan Web Browsing Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kabupaten Kebumen)'. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 1, no. 1 (2019): 25–38.
- Mardiatmoko, Gun. 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]'. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–342.
- Masrukhin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Murhadi, Werner Ria, and Eva Cahaya Reski. 'Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word Of Mounth, Dan Kepuasan Pelanggan Pada Tik Tok Shop (Studi Pada Pelanggan Tik Tok Shop)'. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16 (2022): 229–240.
- Mutiah, Ismah, Dian Parawansa, and Abdul Razak Munir. 'The Effect of Visual Merchandising, Product Display and Store Atmosphere on Impulse Buying Behavior (Case Study on Matahari Department Store in Makassar City)'. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship* 1, no. 2 (2022): 90–95.
- Ningrum. 'Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan Masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap MAN 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017'. *Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi* 5, no. 1 (2017): 145–151.
- Nurhuda, Moch. 'Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion,

- Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Super Indo Kota Malang)'. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 7, no. 2 (2019): 1–10.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by 3rd. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.
- Parsad, Chandan, Sanjeev Prashar, T Sai Vijay, and Mukesh Kumar. 'Do Promotion And Prevention Focus Influence Impulse Buying: The Role Of Mood Regulation, Shopping Values, And Impulse Buying Tendency'. *Journal of Retailing and Consumer Services* 61, no. 1 (2021): 2554–2564.
- Pasaribu, Lia Octaria, and Citra Kusuma Dewi. 'Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora'. *Bina Ekonomi* 19, no. 2 (2015): 159–170.
- Pebrianti, Wenny, and Risa Yuwinda. 'Pengaruh Visual Merchandising, Shopping Lifestyle, Dan Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen High Income'. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 12, no. 3 (2021): 253–268.
- Philip, Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Pohan, Achmad Baroqah. *Modul Pembelajaran Metode Penelitian*. Jakarta: Akademik Bahasa Asing Bina Sarana Informatika, 2016.
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Ciputat: Pascal Book, 2021.
- Priyanta, Surya Eka. *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediako, 2010.
- Purba, Djuli Sjafei, Wico Jontaridi Tarigan, Mahaitin Sinaga, and Vitryani Tarigan. 'Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid-19'. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat* 5, no. 2 (2021): 202–208.
- Purnamasari, Lathiyfah Shanti, Bambang Somantri, and Viska Agustiani. 'Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Shopee. Co. Id (Studi Kasus Di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi)'. *Cakrawala Repositori IMWI* 4, no. 1 (2021): 36–48.
- Sanaky, Musrifah Mardiani, La Moh. Saleh, and Henriette D. Titaley.

- ‘Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah’. *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–439.
- Singh, Shalini, and Hemraj Verma. ‘A Comprehensive Structural Equation Modeling for EE-Impulse Buying’. *Academy of Marketing Studies Journal* 22, no. 1 (2018): 1–14.
- Siregar, Nada Fitria, and Quroyzhin Kartika Rini. ‘Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online’. *Jurnal Psikologi* 12, no. 2 (2020): 213–224.
- Sudarsono, Jovita Guntara. ‘Pengaruh Visual Merchandising Terhadap E-Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya’. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 11, no. 1 (2017): 16–25.
- Sukendra, I Komang, and I Kadek Surya Atmaja. *Instrumen Penelitian*. Lumajang: Mahameru Press, 2020.
- Sungkawa, Iwa. ‘Penerapan Regresi Linier Ganda Untuk Mengukur Efisiensi Pola Penggunaan Air Tanah System Rice Intensification (SRI) Di Kabupaten Bandung, Subang, Dan Karawang’. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 6, no. 2 (2015): 259–265.
- Syamsudin, Syamsudin, and Lilis Sukmawati. ‘Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Hubungan Sosial Masyarakat Indonesia Disaat Pandemi Covid-19 (Literature Review)’. *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora dan Keagamaan* 2, no. 2 (2021): 93–110.
- Tjantoko, Laura Elisabeth. ‘Analisa Pengaruh Promosi Dan Hedonic Motivation Terhadap Impulse Buying Di Ron’s Laboratory Galaxy Mall Surabaya’. *Jurnal Strategi Pemasaran* 3, no. 1 (2015): 1–7.
- Trifiyanto, Kabul. ‘Pengaruh Dimensi Online Visual Merchandising Dan Promosi Penjualan Online Terhadap Impulse Buying’. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)* 2, no. 2 (2019): 29–37.
- Ulfa, Wulan Santikawati, and Khusnul Fikiyah. ‘Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Tik Tok Shop’. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2022): 108–113.
- Yahmini, Exnasiyah. ‘Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga’. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics* 2, no. 1 (2019): 41–56.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. ‘Hipotesis Penelitian Kuantitatif’. *Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2021): 96–102.
- Zhang, Lin, Zhen Shao, Xiaotong Li, and Yuqiang Feng. ‘Gamification

And Online Impulse Buying: The Moderating Effect Of Gender And Age'. *International Journal of Information Management* 61, no. 1 (2021): 1–10.

