

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Radit. *Jual Beli Dalam Hukum Diskon*. Yogyakarta: Universitas Gajahmada, 2011.
- Afif, Muhammad, dan Purwanto Purwanto. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID.” *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 2, no. 2 (5 Maret 2020).
- Ajzen, Icek dan Fishbein, Martin. “The Prediction of Behavioral Intentions in a Choice Situation. *Journal of Experience of Experimental Social Psychology*” Vol. 5 (1975).
- Ajzen, I. *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50, 2, 1991.
- Astari, Dini. “Review ‘Suga: Road to D-Day’: Bicara Makna Lagu dan Jalan Mencari Mimpi Baru,” 23 April 2023. <https://www.insertlive.com/korea/20230423122956-191-308507/review-suga-road-to-d-day-bicara-makna-lagu-dan-jalan-mencari-mimpi-baru>.
- Aswin, Aswin, Muhammad Rafiq, Yan Aditiya Pratama, dan Rini Septiana. “Perilaku Online Impulse Buying pada Marketplace Shopee,” 2022.
- Cahyono, Krido Eko. “Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping Life Style Pada Industri Kulit Sidoarjo.” *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 16, no. 2 (26 Juli 2019).
- F, Rohman. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku pembelian Impulsif*. Malang: Universitas Bramawijaya Press, 2012.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Ed.3. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Hasim, Michael, dan Retno Budi Lestari. “Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia” 12, no. 1 (2022).
- Herdina Abdurrahman, Nana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Hidayat, Rahmat, dan Inggit Kusni Tryanti. “Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam.” *Journal Of Applied business Administration* 2, no. 2 (30 September 2018).
- Horváth, Csilla, dan Feray Adigüzel. “Shopping Enjoyment to the Extreme: Hedonic Shopping Motivations and Compulsive Buying in Developed and Emerging Markets.” *Journal of Business Research* 86 (Mei 2018).

- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Irawan, Bambang, Gusti Ayu Wulandari, Nila Anindya Anggraini, N Ari, dan Ketut Indraningrat. "Pengaruh Hedonic Shopping, fashion Involment, Store Environment Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Store Three Seconf Di Lippo Plaza Mall Jember" 1, no. 1 (2022).
- Isyana Putri, Frieda. "50+ Quotes BTS Terbaik, Bikin Army Makin Semangat Jalani Hari," 9 September 2020. <https://jalantikus.com/tips/quotes-bts/>.
- Ittaquillah, Nurul, Rahmat Madjid, dan Nursaban Rommy Suleman. "The Effects Of Mobile Marketing, Discount, And Lifestyle On Consumers' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace" 9, no. 03 (2020).
- Kartika Dewi, Retia. "Promo 12.12, Kenali Taktik yang Sering Bikin Orang Ketagihan Belanja." Kompas.com, Desember 2020. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/12/082000365/promo-12.12-kenali-taktik-yang-sering-bikin-orang-ketagihan-belanja>.
- Kotler, Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2004.
- Lestari, Sri Isfantin Puji. "Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 7, no. 2 (30 Juni 2018).
- Listriyani, dan Wahyono. "The Role Of Positive Emotion In Increasing Impulse Buying." *Management Analysis Journal* 8(3) (2019).
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Marzuki. *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Riset*. Yogyakarta: Ekonisia, 2005.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Putri Bestari, Novina. "Warga RI Doyan Belanja di Medsos, Shopee-Tokopedia Terancam?" Cnbcindonesia.com, 26 September 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220926084906-37-374859/warga-ri-doyan-belanja-di-medsos-shopee-tokopedia-terancam>.
- QS Al-A'raf ayat 31. *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.
- QS Al-Furqan ayat 67. *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.

- QS Al-Hasyr ayat 7. *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.
- QS Al-Isra' ayat 26-27. *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.
- QS Al-Isra' ayat 29. *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.
- QS Al-Maidah ayat 87. *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.
- Quraish Shihab, Muhammad. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qu'an*. Vol. 3. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qu'an*. Vol. 9. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qu'an*. Vol. 7. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qu'an*. Vol. 5. Jakarta: Lentera Hati, 2022.
- . *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qu'an*. Vol. 14. Jakarta: Lentera Hati, 2022.
- Rahayu Ningsih, Ekawati. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Rahma, Widia Sefiska, dan Whyosi Septrizola. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id” 01 (2019).
- Ratu, B R, A S Soegoto, dan L S Samadi. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen PT. Matahari Departement Store Mega Mall Manado),” 2021.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sanusi, Anwar. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat, 2019.
- Scarpi, Daniele. *Hedonism, Utilitarianism, and Consumer Behavior: Exploring the Consequences of Customer Orientation*. Cham: Springer International Publishing, 2020.
- Setiadi, J. Nugroho. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- . *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Siburian, Albert Natanael, dan Nova Anggrainie. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-

- Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19” Vol. 7, no. 3 (2022).
- Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Stern, Hawkins. “The Significance of Impulse Buying Today.” *Journal of Marketing* 26, no. 2 (April 1962).
- Sugiyono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Suryana, Yaya. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Syeikh Imam Al-Qurthubi. *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*. Jilid 2. Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Tjiptono, Fandy. *Srategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Warnerin, Gita. “Pengaruh Diskon Dan In-Strpre Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Departement Store Gress Mall Gresik” 8, no. 2 (2020).
- Zamrodah, Yuhanin. “Harga Diskon” 15, no. 2 (2016).



