

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A Diah setyawati dan tjok. Gde Raka, “ *Pengaruh Merchandise dan Atmosfer gerai terhadap Nilai Hedonic dan Perilaku Pembelian Impulsif di Loppo Mall Kuta*, “ *Jurnal Manajemen Unud* 6, no:9 (2017).
- Akhmad Shidqi. (2008). *Tuhan Di Dunia Gemerlapku: Sebuah Buku Reportase*. Yogyakarta: Kanisius. Allport.
- Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014).
- Annisa Sabillah dan Sri Widyanesti, *PENGARUH DIMENSI WEB QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN PADA SHOPEE DI BANDUNG*,(jurnal e-proceeding of Management Vol 8, Universitas Telkom Bandung,) No.4 Agustus 2021.
- Anggara sandy susanto, membuat segmentasi berdasarkan life style (gaya hidup), *jurnal JIBEKA*, volume 7,no. 2 (agustus 2013,2.)
- Anggun Suci Kiswara Putri Dkk, *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying(Survei Pada Konsumen Matahari Departemen Store Malang Town Square)*, (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, ) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.47 No.2 Juni 2017.
- Anwar sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis(semarang:salemba empat, 2019)*.
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Eresco, 1988).
- Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, ,(Depok:kencana, 2017), *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*.
- Aqmarina & Zulfa Indira Wahyuni, *Pengaruh Motivasi Hedonic Shopping Dan Adiksi Internet Terhadap Online Impulse Buying*, *TAZKIYA Journal of Psychology*, Vol 6 No 2, 2018.
- Bambang Widagdo, Kenny Roz, *Hedonic Shopping Motivation Impulse Buying Website Quality Customer Satisfaction*, *Journal Of Asian Finance, Economics And Business* Vol 8 No 1 (2021) .

- Bagus Baidhowi Dan Irham Zaki, Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren, JESTT Vol.1 No.9 (September 2014).
- Bilson Simamora, Memenangkan Pasar: Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel (Jakarta: CAPS, 2013), 275.
- Bintang Fauzan Izzaturrahim, Khambali, Adang Muhammad Tsaury, *Implikasi Pendidikan Q.S.Al-Isra Ayat 26-27 tentang Larangan Tabdzir terhadap Upaya Menghindari Perilaku Mubazir, Prosiding Pendidikan Agama Islam*
- Budi Darma, Statiska Penelitian Menggunakan SPSS(Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R<sup>2</sup>), (Jakarta:Guepedia, 2015).
- Christina Widya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta, 2010.
- Crustyts Valencia Hursepuny, Farah Oktafani *PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN SHOPEE\_ID*, *jurnal e-proceeding of Management vol.5 No 1 Maret 2018*.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen* (Jakarta: CAPS, 2013).
- Desak Made Febri Purnama Sari *“Hedonic Motivation, Shopping Lifestyle, Price Reduction toward Impulse Buying Behavior in Shopping Center”* jurnal 2019.
- Deni darmawan, *metode penelitian kuantitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakara, 2014).
- Dimas Pramoto & Liya Ermawati, *Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)*, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2 No 2, Juni 2019*.
- Dovata ikanabun dan Sri Murni Setyawati, “Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif”, *Jurnal Ekonomi*
- Dwi Alfin Rahmi dan N.Rachma, *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan utilitarian Value Terhadap impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai variabel Mediasi pada Pembeli Di Sardo Swalayan*, (e-jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma).

- Dwi Purwanto, *Pengaruh Gender, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta), 2018.
- Edwin Japariato, *Analisa Faktor Type Hedonic Shopping Motivation Dan Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper Di Surabaya*, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.12,NO.1, Maret 2010.
- Erdem, A, Yilmaz, Es,*Investigation S Journal Of Yasar Unversity*, 2021.
- Eka Dian Aprilia dan Ryan Mahfudzi,*Gaya Hidup hedonisme Dan Impulse Buying Pada MEahasiswa*,Jurnal Ecopsy Volume 7 Nomor 2, Oktober 2020.
- Ekawati Rahayu Ningsing, *Perilaku Konsumen*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010).
- Etta Mamang Sangadji & Sopiiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Andi, Yogyakarta, 2013.
- Farah Dilla Wanda Damayanti,dkk, *PENGARUH PENGGUNAAN PEMBAYARAN SHOPEEPAY LATER TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAM GENERASI MILENIAL DI SURABAYA*, jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI) Universitas Negeri Surabaya.
- Florensia jovita poluan dkk, *pengaruh hedonic shopping motives dan promosi penjualan terhadap impulse buying konsumen di matahari store manado town square*, jurnal administrasi bisnis vol.8 no.2, 2019.
- Frans Sudirjo, *Hedonic Shopping Moives, Sales Promotin And Impulse Buying At Matahari Departemen Store Consumenrs In Central Java Province*, Review Of Inernational Education Universitas 17 Agustus Semarang.
- Frengki Kriswardana Putra, *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, USIA DAN GENDER TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION (SURVEY PADA KONSUMEN PRODUK FASHION DI MALANG TOWN SQUARE (MATOS))* jurnal of Department of Management FEB UMM.
- Handayani, S Dan Patricia, N. L. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X"*. Jurnal Psikologi Vol. 12 No. 1, Juni 2014.

- Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005.
- Hery purnomo dkk, Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Tok Daring Pada Masyarakat Kota Kediri, jurnal bisnis dan manajemen, volume 2, Nomor 1.
- Iban Sofyan, *STUDI KELAYAKAN BISNIS*, (Yogyakarta:Graha ilmu, 2003)
- Indyah hartami santi, *PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE DAN ACTUAL USAGE Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020).
- Joses timothy susano, *analisis pengaruh hedonic shopping motivaion dan shopping lifestyle terhadap impulse buying pada generasi z pengguna tokopedia*, jurnal straegi pemasaran vol.8.no.1 2021.
- Kanserina, D. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. Jurnal Universotas Pendidikan Ganesha, Vol. 5 No. 1, 2015.
- Krido Eko Cahyono dkk, *Shopping Life Style memediasi Hubunganhedonic* , jurnal *Ekonomi dan Keuangan(STIESIA)*, Vol 20 No 2 2016.
- Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003).
- Kunto, A.A. Kecil Bahagia, *Muda Foya-Foya, Tua Kaya Raya, Mati Maunya Masuk Surga*. Yogyakarta: Kanisius .
- Kurnia Sandi, Roni Habibi, *Tutorial Php Machine Learning Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Aplikasi Bank Sampahitimewa Versi 2.0 Berbasis WEB*, (Bandung:Kreatif Industri Nusantara, 2020).
- Lenggang Kurnia Intan, “*Pengaruh Kualitas Produk,Harga, dan promosi terhadap keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya*”, 2019.
- Lia octaria pasaribu, citra kusuma dewi, *PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA TOKO ONLINE: STUDI PADA TOKO ONLINE ZALORA*, jurnal Volume 19 Nomor 2, 2015.

- Lizamary Angelina Darma dan Edwin Japariato, “*Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya,*” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8, no. 2 ( 2014 ).
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,(Kudus:Miranda Publishing Dan Media Il,U Press, 2015).
- Mochammad Andryansah Dan Zainul Arifin, Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Sopping Lifestyle Dan Impulse Buying ,*Jurnal Administrasi Bisnis( JAB) Vol.57 No.1(April 2018).*
- Moh Toharudin, *Penelitian Tindakan Kelas Teori Dan Aplikasinya Untuk Pendidik Yang Profesional.*
- Muhammad Syafi’i Antonio,*Bank Syariah dan Teori Ke Praktek* (Jakarta:Gema Insani Press,2001).
- Nadya Muslimatul Ummah, “ *Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Dewasa Awal*” *UIN Sunan Ampel SURABAYA*, skripsi 2020.
- Muhammad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Kudus:Nora Media Enterprise, 2010).
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta:Kencana, 2017).
- Nana Triapnita Nainggolan dkk, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, (Bandung:yayasan Kita Menulis, 2020).
- Nanang martono, *metode penelitian kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder* (jakarta rajawali pers,2012).
- Nawari, *analisis regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*, (jakarta: Alex Media Komputindo, 2010).
- Nenden Indah Herawati, “*Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying*”, *Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Bandung*, vol.3 no.2, 2017.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003).
- Nur Ahmad Budi Yulianto Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Polinema Press, 2018).
- Nurhayati,*BELANJA”ONLINE”SEBAGAI CARA BELANJA DI KALANGAN GENERASI Z(Studi Kajian Budaya Di universitas Malikussaleh,lhokseumawe,Aceh)*(Aceh Antropological journal Volume 1 No.2 Edisi April 2017).

- Nuruni Ika dan Zumrotul Fitriyah, *IMPULSE BUYING DI E-COMMERCE SHOPEE*, (jurnal administrasi dan Manajemen 3 januari 2020).
- Nur Indriantoro, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta:Kencana, 2017).
- Nurul Tri Rahmawati, “*Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Life Style Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi*”, Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Edisi 3 (2018).
- Nur Rahmah & Munadi Idris, *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*, Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah, Vol.1 No.2 (2018).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Hendra Teguh*, INDEKS, Jakarta, 2004.
- Rini dwiastuti, *dkk ilmu perilaku konsumen* (malang universitas brawijaya press, 2012).
- Risianti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2005).
- Riyanto, T&Susanto, H. (2009). *Mau Bahagia?*. Yogyakarta: Kanisus.
- Setiadi, N.J. Edisi Revisi: *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*. Perdana Media Grup (Kencana) ,2017.
- Singgih Santoso, *Statistik Multivariat, Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss*, (Jakarta: Pt Alex Media Komputindo, 2010).
- Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama,, 2020).
- Sumardi, *Teknik Pengukuran Dan Penilaian Hasil Belajar*, (Yogyakarta:Cv.Budi Utama, 2020).
- Suryabrata, Sumadi. *Psikologi kepribadian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 1999).
- Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta:ANDI, 2014).
- Titi Rahayu, *Analisis Akad Jual Beli E-Commerce Shopee Pay Later Dalam Perspektif Islam*, (Iqtishodiah Vol 3 No 2 November 2021, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Bakti negara).

- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014).
- Vionica Ayu Dian Pramesti, *Pengaruh Belanja Hedonis, Promosi, Harga, dan Gaya hidup Terhadap Pembelian Impulsif Pembelian Online Shope*, jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Oktober 2020
- Vivi Candra Dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Medan: Ikapi yayasan Kita Menulis, 2021).
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).
- Widjono HS, *Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Di Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Grasindo, 2007).
- Wulan Alimudin dan N, Rachma, *Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying produk Fashion Shopee (Studi Kasus Generasi z, Fakultas dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2017)* (e-jurnal Riset Manajemen prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma).
- Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2015).