

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilliani, Rina dan Kudzaini. “Pengaruh *Price Discount*, *Positive Emotion* dan *InStore Stimuli* terhadap *Impulse Buying*.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume, Vol 6, No 6, (2017), 18.
- Aprilliani, Rina., dan Khudzaini “Pengaruh *Price Discount*, *Positive Emotion* dan *In-Store Stimuli* terhadap *Impulse Buying* pada”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no.6 (2017) :17.
- Arsip Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Annasuchiyyah, 24 November 2021.
- Artana, I Putu Widya., I Gusti Bagus Satria Wisesa., I Komang Setiawan., Ni Luh Putu Mita Pramestya Utami., Ni Nyoman Kerti Yasa, dan Made Jatra. *Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar)*”, *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8.4, (2019), 390.
- Belch & Belch, *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. Ninth Edition*, (New York: McGraw Hill, 2009).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi ke-9. Jakarta: Prenadamedia, 2017.
- Coley, A dan Burgess, B . Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 2003.
- Damiati., Luh Masdarini., Made Suriani., Ni Desak Made Sri Adnyanwati., Cok Istri Raka Marsiti., Ketut Widiartini., dan Made Diah Angendari. *Perilaku Konsumen*. Depok : Rajawali PRESS, 2017.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Deviana D, Ni Putu Siska, dan I.Gst Ayu Kt. Giantari. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 8 (2016): 23.
- Djohan, *Respon Emosi Musikal*. Bandung: CV. Lubuk Agung, 2010.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Dwiastuti, Rini., Agustina Shinta dan Riyanti Isaskar. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Fauzi, Ahmad Sofwan. “Transaksi Jual-Beli Terlarang; Ghisy atau Tadlis Kualitas (Forbidden Sale-Transaction: Ghisy or Tadlis

- Quality)”, *Journal of Islamic Law* 1, No. 2 (2017) : 145-148, - 19 Juli, 2019 - <https://www.researchgate.net>.
- Febriani, Nufian S, dan Wayan Weda Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang:Tim UB Press, Cetakan I, 2019.
- Felicia, Fenny., Rianda Elvinawaty dan Sri Hartini, Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme dan Gaya Hidup Hedonistic. *Psikologia: Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi*. Vol.9, No. 3, hal. 103-112. ISSN 185-0327, 2014.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta:CV Budi Utama, 2018.
- Hermanto, Elleinda Yulia. “Pengaruh Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Surabaya dengan Hedonic shopping Motivation & Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Merek Zara”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.10, No. 1, 2016, 12.
- Hidayat, Rahmat dan Inggit kusni Tryanti, “Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam.”, *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, No 2, (2018) : 180.
- Imbayani, I Gusti Ayu dan Ni Nyoman Ari Novarini, “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying Behavior”, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Vol 3, No 2, (2018), 209.
- Isnaini, Arif. *Model dan Strategi Pemasaran*. Makasar: Ntp Press, 2005.
- James F, Engel., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen*, terj.Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.
- Japariyanto, Edwin. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income kota Surabaya.*” *Journal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1 (April, 2011),4-5.
- Juni, Donni., Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta, 2017.
- Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama,2000.
- Kotler, Philip dan Armstrong. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Kotler. *Manajemen Pemasaran* (I), Jilid 1 Dan 2:Pt. Indeks Kelompok. Jakarta: Gramedia, 2005.
- Krisnamurti, Dahlia. “Terungkap! Alasan Belanja Online Kian Digemari”
 Januari 21, 2016.

- m.inilah.com/news/detail/1895045/terungkap-alasan-belanja-online-kiandigemari.
- Kristiawan, Allen. Ika Gunawan dan Vinsensius. “Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif”, *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol 6, No 1, (2018) :30.
- Kurnia, Aulia Dzikriyati. *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro*. Skripsi- Universitas Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2010.
- Laksana, Fajar. *Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Lee, Grace Yuna., dan Youjae Yi. “The effect of Shopping Emotions and Perceived Risk on Impulse Buying: The Moderatin Role of Buying Impulsiveness Trait”, *Seoul Journal of Bussines*, 14(2), 2008, 80.
- Leigh, Amanda. *Affective dan Cognitif Processes Involved In Impulse Buying*. Master of Science The University of Georgia : Athens Georgia, 2002.
- Lestari, Sri Isfantin Puji. “Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta,” *Jurnal Maksipreneur* 7 No. 2 (2018) - 19 Juli, 2019 -<https://www.researchgate.net>.
- Levy, M and B.A Weitz. *Retailing Manajemen*.7Ed. New York: Mc Graw Hill, 2009.
- Lumintang, Fenny Felicia. “Pengaruh Hedonic Motives terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping lifestyle pada Online Shop”. *Jurnal Wima*. Vol.1, No. 6, 2012, 58.
- Ma`ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Mahmudah, Ainun. “*Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Discount terhadap Impulse Buying pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo*”, e-Jurnal Apresiasi Ekonomi 1, no.2 (2020) : 298.
- Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplkasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi* Global. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Melati., Rostiana, dan Aswini Widjaja. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Awal. *Phronesis Jurnal Ilmiah Psikologi Industri dan Organisasi* 9, 2, 2007:115.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. *perilaku konsumen*. Jakarta:Erlangga,2002.
- Mowen, John.C dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

- Mozaik. “Ajaran Berhemat dalam Al-Qur’an” - 20 Desember, 2016 - www.inilah.com .
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Perdasas 2006.
- Muhammad, As’adi. *Cara Kerja Emosi & Pikiran Manusia*. Jogjakarta: DIVA Press, 2011.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: GadjahMada University Press, 2012.
- Nurrachadiana, Cellica. *Perempuan Pasti Bisa Multi-Talented Woman*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2019.
- Paul, Peter, J. dan Olson, Jerry. C. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan, buku 2. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Peter dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*,. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani, Edisi Kesembilan. Jakarta : Salemba Empat, 2013.
- Pradiatiningtyas, Diah. *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Di Marketplace*. *Journal Speed – Sentra*, 2019, 4.
- Pradiningtyas, Diah. “Analisa Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle*, dan *Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying* Konsumen dalam Melakukan Pembelian Online Di *Marketplace*.” *Journal Speed Sentra dan Edukasi Engineering dan Edukasi*, Vol 11, No 2 (2019), 7.
- Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporar*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Priyatno, Dawi. “*Paham Analisis Statistika Data dengan SPSS*”. Yogyakarta Mediakom, 2010.
- Putra, Brian Permana. *Analisis Pengaruh Promosi Emosi Positif dan Store Environment terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Tong Hien Di Kota Semarang)*. Skripsi- Universitas Diponegoro, Semarang, 2014.
- Putra, Brian Permana. *Analisis Pengaruh Promosi Emosi Positif dan Store Environment terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Tong Hien Di Kota Semarang)*. Skripsi-Universitas Diponegoro, Semarang, 2014.
- Putra, Brian Permana. *Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif Dan Store Environment Terhadap Perilaku Impulse Buying*. (Skripsi. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro), 2014.

- Putra, Nobel Ibrahim. Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail (Survei Online pada Konsumen Matahari Department Store di Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61, No. 4 (2018) : 3, - 1 Juli, 2019 - administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. Alih Bahasa Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani, 1999.
- Qur'an Kemenag. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, Badan Penelitian Dan Pengembangan Dan Pendidikan Dan Pelatihan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2016).
- Rahmayanti, Berlian Ayu "Pengaruh Persepsi Store Atmosphere terhadap Pembelian Impulsif yang Dimediasi oleh Emosi Positif pada Konsumen di Malang Town Square", *Skripsi*, 2015, 45-46.
- Rohman, Fatchur. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: Tim UB Press, 2012.
- Rohman, Fatchur. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Malang: UB Press, cetakan 1, 2012.
- Sari, Aprilia Eka. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol XIII, No.1, Mei 2014.
- Septarian, Nina. "Pola Kepribadian dan Gaya Hidup." Maret 5, 2020. (18. 00 WIB)
<http://ninaseptarian.wordpress.com/2010/12/24/pola-dari-kepribadian-dan-gayahidup/amp/>
- Setiadi, N.J. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya, 2011.
- Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Utama, 2010.
- Siyoto, Sandu and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup, Cetakan 1. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sopiyan, Pipih dan R. Neny Kusumadewi, "Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying". *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol XI, No 3, (2020) : 214.
- Sudarsono, Jovita G. Pengaruh Visual Merchandising terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion pada Zara Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 6, NO. 1, 2017, 20.
- Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian*, Cetakan 1. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Suharyanto, Puswanto. *Statistika untuk Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Sukma, Dian., Andriyanto dan Imam Suyadi., Dahlan Fanani. "Pengaruh Fashion Involvement dan Postive Emotion terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 31, No.1, 2016, 42-49.
- Sumarwan, ujang., Ahmad Jauzi., Asep Mulyana., Bagio Nugroho Karno., Ponti Kurniawan Mawardi., dan Wahyu Nugroho. *Riset Pemasaran dan Konsumen Panduan Riset dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko Seri 1*. Bandung: IPB PRESS, 2011.
- Sunarto, Riduwan. *Pengantar Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2002.
- Tambuwun, Martje. "*Shopping Lifestyle As Interventing Relation Between Hedonic Motive and Gender On Impulse Buying*" dalam *Internastional Journal Of Business and Finance Managemen Research*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2016.
- Taniredja, Tukiran. "*Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*". Bandung: Alfabeta, 2012.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2008.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka. 2000.
- Usman, Husain R dan Purnomo Setiady Akbar. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000. Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Usman, Husaini., dan Purnomo Setiady Akbar. *metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Usvita, Mega. "Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle dan Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying* pada Plaza

- Andalas Padang.” e-Journal Apresiasi Ekonomi No 1 (2016): 74.
- Utami, Cristina Whidya. *Manajemen Ritel*. Jakarta; Salemba Empat, 2006.
- Utami, Cristina Whidya. *Manajemen Ritel*. Ed. 3. Jakarta; Salemba Empat, 2017.
- Utami, Cristina Whidya. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2010. .
- Wahyudi, Septian. “Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buying*”, *Jurnal Valuta*, Vol 3, No 2, (2017) : 288.
- Widayat. *Statistika Multivariat pada Bidang Manajemen dan Bisnis*. Malang: UMM Press, 2018.
- Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009.
- Wulandari, Andhita Dessy. *Statistika parametric* (Ponorogo: STAIN Po PRESS).

