

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Agus Eko Sujianti. 2009. Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Arikunto, Suharsimi. 2012. Proscdur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Edisi Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Belch, George E. dan Michael A. Belch, 2009. Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perpective (8th Ed). New York: McGrew-Hill Irwin.
- Buchari Alma. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Cetakan Ke4. Bandung: Alfabeta.
- Budi Raharja, 2015. Mendadak Hemat Saat Kepepet. Jakarta: Trans Media.
- Burhan Bungin.2017. Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana
- Departemen Agama RI. 2012. AL-Quran dan Terjemahannya. Bandung : CC.Pen Diponegoro.
- Djaslim Saladin. 2003. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Cetakan Ke-3. Bandung: Linda Karya.
- Engel, James F. 2009. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binaruoa Aksara
- Faturahman Azhar, 2015. Qowaid Fiqhiyyah Muamalah. Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU)
- Fendy Tjipono. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Cv Andi.
- Ibnu Majah.1998. Sunan Ibnu Majah. kitab al-Tijarat. Juz II. hadits no. 2176 . Ibnu Katsir.
- Isnaini, Arif. 2005. Model dan Strategi Pemasaran. Makassar: Ntp Pers.
- Kotler P & Keller, K. L. 2012. Manajemen Pemasaran (Edisi 12)“Jakarta: Erlangga.

- Lexy J. Meleong, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Off set
- LK Morissan, 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Loudon, D.L., & Bitta, A.J. 2003. *Consumer Behavior: Concept and Application* (4th ed) (book). Singapore: McGraw-Hill.
- Mahmud Machfoedz. 2012. *Pengantar Ekonomi Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mowen, J.C & Minor, Micheal. 2002. *Prilaku Konsumen*. Alih Bahasa Lina Salim Edisi Kelima. Jakarta : PT. Erlangga.
- Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muzanip Alperi. 2017. *Statistika Pendidikan Lanjutan*. Bengkulu : Vanda.
- Philip Kotler dan Gery Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Ponirin dan Lukitaningsih. 2019. *Sosiologi*. cet. ke-1Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ponti Kurniawan Mawardi. *Teori Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying Behavior Theory) dalam Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 11
- Samir Abdun Nur Jabbalahu. 2005. *Dhawabitū Tsamani wa Tathbiqtuhu fi aqḍil Bay*. Riyadh: Dar Kanzu Isybiliya Lilnasyri wa Tauzi.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhsarsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:PT Rineka Cipta, 2010.

- Sutisna. 2012. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja. Rosdakarya
- V. Wiratna. S. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wawan. 2015. Pengantar Statistika Pendidikan. Tasikmalaya : CV. Latifah.
- Wawan. 2017. Desain Penelitian Kuantitatif. Tasikmalaya : Latifah Press.
- Wawan. 2017. Desain Penelitian Kuantitatif. Tasikmalaya : Latifah Press
- Zainul Arifin. 2006. Dasar-Dasar Managemen Bank Syariah. Jakarta: Pustaka Alvabet

#### JURNAL

- Anastasia Anin F, etl, 2008. Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. Jurnal Psikologi, Vol 35, No. 2
- Andi Bahri S., 2014. Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam, Hunafa: Jurnal Studia Islamika. Vol. 11, No. 2.
- Aprilia Eka Sari. 2014. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Volume XIII, No. 1
- Chen, Allan, Howard Marmorstein, Michael Tsiros, and Akshay Rao. 2012. When More is Less: The Impact of Base Value Neglect on Consumer Preferences for Bonus Packs over *Price Discounts*, Journal of Marketing. Vol.76, No. 4
- Cucu Komala. 2018. Perilaku Konsumsi *Impulse Buying* Perspektif Iman Al-Ghazali. Jurnal Perspektif, Vol. 2 No. 2.
- Deli Mulianingsih dan Achmad Fauzi DH. 2019. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif di Online Shop

(Survei Online pada Konsumen Zalora Indonesia di Kota Surabaya),  
Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 66 No. 1

Ganawati, N., Sudarmini, K., & Sariyani, N. K. 2019. Faktor Eksternal Dan Internal Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pembeli Pada Toko Ritel Waralaba Di Kabupaten Gianyar, WACANA EKONOMI Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi . Vol 18. No 1

Gumilang, Wayan Aris Dan Nurcahya, I Ketut. 2016. Pengaruh *Price Discount* Dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping Dan *Impulse Buying*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 15, No 3

Mulianingsih, D., DH, A. F., & Alfisyahr. 2019. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif di Online Shop Pada Konsumen Zalora Indonesia di Kota Surabaya. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.66, No.1

Mulyono, F. 2013. Faktor demografis dalam perilaku pembelian impulsif. Jurnal Administrasi Bisnis Center for Business Studies. Vol. 8, No.1

Nur Rahmah & Munadi Idris. 2018. Impulsive Buying Behaviour dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah, Vol.1 No.2

Nurmasarie, R., & Iriani, S. S. 2013. Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Perscorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.1, No.2

Ozen, H. and Engizek, N. 2014. Shopping online without thinking: being emotional or rational? , Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Vol. 26 No. 1

Rook, Dennis W. and Robert J. Fisher. 1995. Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. Journal of Consumer Research Vol.22, No.3

- Sari, D. A. T., & Suryani, A. 2014. Pengaruh Merchandising, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying. E- Jurnal Manajemen. Vol.3, No.4
- Sosianika, A., & Juliani, N. 2017. Studi tentang perbedaan perilaku pembelian impulsif berdasarkan karakteristik konsumen. Sigma-mu (Jurnal Penelitian & Gagasan Sains Dan Matematika Terapan). Vol 9 No.1.
- Syabbul Bachri, 2010. Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. Artikel Antologi Kajian Islam. Vol.15, No.1.
- Utami, & Utama, 2017. Pengaruh Nilai Belanja Hedonik terhadap *Impulse Buying* dengan Emosi Positif sebagai Variable Perantara (Studi Kasus pada Pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta), The Influence of Hedonic Shopping Value Toward *Impulse Buying*. Vol 1, No 12-22
- Wijaya, Ermy and Yeni Oktarina. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Hodshop Bengkulu. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis. Vol 7, No.1

### **TESIS**

- Marianty R. 2014. Pengaruh Keterlibatan Fashion Emosi Positif dan Kecenderungan Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif. Tesis : Program Magester Manajemen Yogyakarta

### **SKRIPSI**

- Agisnawati, 2021. Pengaruh Diskon, Promosi, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk pada Online Shop. Skripsi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Dwi Purwanto. 2018. Pengaruh Gender, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta

- Husesein, Abdillah. 2017. Pengaruh Shopping Enjoyment dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Marketplace. *Shopee*. Skripsi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Mariana, 2009. Hubungan Sikap Konsumen Pada Discount Dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir. Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2009
- Pratomo, D., & Ermawati, L. 2019. Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta). *JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. No.2
- Rizky, Habibi M. 2020. Shopping Enjoyment dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Rohmatin, Nuroh. 2020. Pengaruh Potongan harga dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Tidak Terencana. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Diponegoro.Madiun
- Shinta Srimenda Br Ginting, 2019. Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online. Skripsi : Universitas Sumatera Utara. Medan
- Tolisindo, Josep. 2017. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi, Universitas Lampung Bandarlampung
- Utami, Binar. 2016. Pengaruh Nilai Belanja Hedonik terhadap *Impulse Buying* dengan Emosi Positif sebagai Variabel Perantara Studi Kasus pada Pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Wulandari, Nimas. 2020. Pengaruh Potongan Harga (*Price Discount*) Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Pada Perusahaan Jumbo Mart. Skripsi : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau. Pekanbaru

## WEBSITE

Badan Pusat Statistik, "*Statistik E-commerce 2021*", Official Website <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-E-commerce-2021.html> Diakses 11 Agustus 2022 pukul 19.30 WIB

CNN Indonesia "Generasi Millennial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah", Official Website <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah> Diakses 21 Maret 2022 Pukul 21.02 WIB

Databoks.katadata.co.id, "*Shopee jadi E-commerce Paling Top dari Masa ke Masa*". Official Website <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/03/shopee-jadi-E-commerce-paling-top-dari-masa-ke-masa> Diakses 21 Maret 2022 Pukul 21.34 WIB

Databoks.katadata.co.id "Kunjungan Ke web Shoopee Meningkat 5,8 pada Kuartal III 2021". Official Website <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021> Diakses 21 Maret 2022 21.40 WIB

Help Shopee "Apa itu opsi pembayaran COD (Bayar di Tempat)" Official Website <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-opsi-pembayaran-COD-Cash-on-Delivery> Diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.47 WIB

Help Shopee "Apa syarat ketentuan berbelanja dengan SPayLater" Official Website <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan->

berbelanja-denganShopeePayLater Diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.43 WIB

Help Shopee “Apa syarat ketentuan berbelanja dengan SPayLater” Official Website <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat-ketentuan-berbelanja-denganShopeePayLater> Diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.45 WIB

Help Shopee. “Apa ketentuan program gratis ongkir”, Official Website <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-ketentuan-Program-Gratis-Ongkir> diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.36

Help Shopee “Apa itu Transfer Koin di chat?” Official Website <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Transfer-Koin-di-chat> Diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.50 WIB

Shopee Karir. “Profil dan tujuan shopee” Official Website <https://careers.shopee.co.id/about> diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.01

Shopee. “Produk Shopee” Official Website <https://shopee.co.id/> 2022 Diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.31

Swa.co.id. “Transaksi *Shopee* di Indonesia Terbesar di ASEAN” Official Website <https://swa.co.id/swa/trends/technology/transaksi-shopee-di-indonesia-terbesar-di-asean>. Diakses 21 Maret 2022 pukul 21.20 WIB

VisiMisi. “Visi dan Misi *E-commerce* Shopee” Official Blogspot <https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee-visi-dan-misi-E-commerce-shopee.html> Diakses pada 16 Juni 2022 pukul 16.22 WIB