

## DAFTAR PUSTAKA

- Anin F., Anastasya, Rasimin BS., dan Nuryati Atamimi. “Hubungan Self Monitoring dengan Impulse Buying terhadap Produk Fashion pada Remaja”. *Jurnal Psikologi*. Vol. 35, No. 2 (2015): 182.
- Angela, Veliana, dan Eristia Lidia. “Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z”. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*. Vol 10, No. 2 (2020): 252.
- Belch, G. E., dan Belch, M. A. *Advertising and Promotion (Ninth)*. McGraw Hill, 2009.
- Chaudry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Jakarta: Prenada Media Group, 2016.
- Chen, H. A., Marmorstein, H., Tsiros, M., & Rao, A. R. “When More Is Less: The Impact of Base Value Neglect on Consumer Preferences for Bonus Packs Over Price Discounts.” *Journal of Marketing*. Vol. 76 (July 2012): 64.
- Daulay, Raihanah, Susi Handayani, dan Ika Purnama N., “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan,” *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage*. (2020): 4-5.
- Djarwanto, dan Pangestu Subagyo. Ed, 5. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE, 2013.

- Engel, F. James, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Perilaku Konsumen*. Ed 5. Jakarta: Bina Raya, 1994.
- Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty MS., Mujahidin, dan Ana Racid C., “The Effect Of Product and Service Quality On Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 7, No. 2 (2022): 179.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi multivariate dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Badan Peneliti Undip, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Aplikasi multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Undip, 2013.
- Gunadi, E.C., dan Edwin Japarianto, “Analisis Pengaruh Store Atmosfer terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Emotional Respons sebagai Variabel Intervening pada The Body Shop Indonesia.” *jurnal manajemen pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 1, (2015): 3.
- Ihsan, Nuril. “Pengaruh Lifestyle, Kualitas Produk Dan Promosi terhadap Keputusan Impulse Buying pada Generasi Milenial di Shopee (Studi Kasus Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. *Skripsi*. (2022).
- Isnaini, Arif. *Model dan Strategi Pemasaran*. Makassar: NTP Press, 2008.
- Imran, M. Irzad Aditya. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar.” *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Ed. 2, No. 1, (2018): 54, 56-57.

- Nabila. “Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Implusive Buying Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pegawai Bagian Perencanaan dan Keuangan Sekretariat Bandar Lampung)”. *Skripsi* (2021): 6.
- Noor, Juliansyah. *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo, 2014.
- Oktavia, D., dan Inda Sukati. “Analisis Pengaruh Promosi, Lifestyle, dan Kualitas Produk, Terhadap *Impulse Buying* Shopee di kota Batam.” *Jurnal eco-buss* Vol. 5, No. 2, (2022).
- Philip, Kotler, dan Armstrong, G. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed 12. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Philip, Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Ed, 13. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Pradana, Mahir. “Klasifikasi Bisnis E-commerce Di Indonesia,” *Modus*. Vol. 27, No. 2, (2015): 165 & 167.
- Rahmadani, Wanda. “Pengaruh diskon dan Kualitas Product terhadap *Impulse Buying* Pada Online Shop Tokopedia (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.” *Skripsi*. (2021): 3.
- Sarrascalao, Dewinta Dora. “Analisis Perilaku *Impulse Buying* dalam E-commerce Perspektif Bisnis Syariah.” *Journal of Business and Banking*. Vol. 8, No. 2 (2019): 237 & 238.

- Septiana, Irma, dan Widyastuti. “Pengaruh Sales Promotion, Product Quality dan Hedonic Behavior pada Impuls Buying”. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 9, No. 2 (2021).
- Simbolon, Ardi Tariyono. “Pengaruh Product Quality dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi pada konsumen Ria Busana Iskandar Muda).” *Jurnal* (2020).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Sumargono. “Sejarah perkembangan Internet dan Kebutuhan Informasi Era Online.” *Jurnal Universitas Darul Jombang* Vol. 1, No. 6 (2018): 2.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakaya, 2002.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Ed, 5. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Wahyudi, Septian. “Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Valuta* Vol. 3, No. 2 (2017): 276 & 281.
- Wiguna, A. Ngr., & I Nyoman Nurcaya. “Pengaruh Fashion Involvement, Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol. 7, No. 1 (2014): 3695.
- Winarno, Sigit, dan Sujana Ismaya. *Kamus Besar Ekonomi*. Bandung: CV Pustaka Grafika, 2016.
- Yuniawati, Yuni, dan Istichanah, “Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Produk

UNIQLO.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research*. Vol. 3, No. 3, (Maret, 2023): 322.

Sumber website:

Al-Qur'an Indonesia. <http://quran-id.com>. 10 Juli, 2023.

BPS. “Statistik E-Commerce 2022/2023,” September 18, 2023. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>. 25 Desember, 2023.

Tambunan, Patar. "Pengertian E-Commerce, Manfaat Serta Keuntungan E-Commerce," Oktober 1, 2014. <http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/>. 28 April, 2023.