

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian agama, Al-Qur'an Al-Isra, (unit percetakan Al-Qur'an:27, Juni 4, 2023).
- Agung Eka Purnama, skripsi *Strategi Menjaga Loyalitas Pelanggan* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2021),69-78.
- Al-Arif, M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo:Era Adicitra Intermedia, 2019.
- Albab, Muhammad Ulul, *Pengaruh Promosi, Display Produk, Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Konsumen Muslim Hypermarket Kota Pekalongan*, Skripsi, Pekalongan: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan,2018.
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Ardiansyah Rachman Putra “*Pembelian Tidak Terencana (Studi Pada Tip Top Depok)*”/ Skripsi (Jakarta: UPN VETERAN. 2022), 2.
- Aulia, Yuliana, *Analisis Perilaku Konsumen Impulsive Buying Pada Remaja Di Desa Legokclile Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan Dalam Belanja Online Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Pekalongan: UIN K.M. Abdurahman Wahid Pekalongan, 2022.
- Basrowi Dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2019.
- Basu Swastha Dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1985), 79.
- Cesar, Ibnu jauzi Abdul, *Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian alat musik perspektif ekonomi islam* , skripsi, Lampung: UIN raden intan lampung, 2018.
- Darwis Tamba, SE, M.Si “*Aplikasi theory of planned behavior untuk memprediksi perilaku mahasiswa membeli laptop lenovo*” (Studi kasus :Mahasiswa FE -Unika santo Thomas SU), *Jurnal manajemen dan bisnis*, vol. 17 N0. 2, (2018),116. <https://doi.org/10.54367/jmb.v17i2.411>
- Dr. H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Manajemen Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2019), 205.
- Eka Adi putra “*Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Dipusat Perbelanjaan Modern Di Surabaya*” *Jurnal*, Vol. 01,N0. 02 (2021):22

- Fandiy Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*” No 12 (Yogyakarta: Andi Offset, 1995),151
- Fanggi, Alva Deltha, “*Analisis Perilaku Konsumen Yang Tak Terencana Stealah Melihat Promosi Produk Ditoko Dutalia Kupang*”, Skripsi, Kupang: Politeknik Negeri Kupang, 2022.
- Gerry Ferdian Chan,Ikhbal Akmad,Hicmaed Tachta Hinggo “*Pengaruh Promosi Dan Harga Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shoppe Di Pekanbaru*” Jurnal Ekonomi,Akuntansi, Dan Bisnis, Vol. 2. No.Hlm.151-159. 2023.
- Herlamang, Susatyo, Basic Marketing, yogyakarta: Gosyen publisihing, 2018.
- Indri Saputri, Syamsir, Dan Hardianto Rahman, “*Implementasi Nilai Pendidikan Dalam Meminimalisir Perilaku Konsumtif Pada Remaja*”, Jurnal Al-Ilmi, Vol. 3, No, 1, (2023): 1, [Http://Journal. iainsinjai.ac.id](http://Journal.iainsinjai.ac.id).
- Ita Rahmawati, Lailatus Sa’dah, Nur Amalia, “*Faktor Diskon, Bonus Pack, Instore Display Serta Pengaruhnyanya Terhadap Pembeli Impulsif*”, (Jombang: Penerbit Lppm,2020),10-12.
- Keller, Philip Kotler Dan Kevin Lane, “*Marketing Manajement*”, Jakarta: Pearson International Edition, 2018.
- Kloter, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks, 2019.
- Kotler, Philip, *prinsip-prinsip pemasaran*, jakarta: erlangga, 2021.
- Krido Eko Cahyano, “*Pengaruh Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping Life Style Pada Industri Kulit Sidoarjo*” Junal Balance, Vol. 17 N0. 2, (2021).
- Lokananta, I Made Ikho, *Studi Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Toko Grosir Dimasa Paf Dan Sebanyak Pandemi Covid-19*, Skripsi, Bandar Lampung: Universitas Lampung 2023.
- M Suyanto, “*Marketing Strategy Top Brand Indonesia -Google Books*, Hal. 14
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT,Raja Grafindo Persada,200.
- Muhammad Rizal “*Analisis Fakor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Indomaret Di Kota Langsa*”, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol,4, No 2. 2022.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Islam Dalam Persepektif Islam*, Yogyakarta: Bpfeyogyakarta, 2005.

- Nizar, Moh, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghaliaindonesia, 2019.
- Nugroho, Dewa Ayu Cistaning Astari, Catur, *Motivasi Pembelian Impulsif Online Shopping Pada Instagram (Analisis Deskriptif Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Pada Instagram)* Jurnal Signal, Vol 6, N0 1 (2019).
- Nurdin Batjo, “penerapan komunikasi pemasaran terhadap perilaku dan putusan pembelian.”
- Nurmasarie, Rachma, “*Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana*,” Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), Vol. 1, No. 2 . (2018).
- Philip Kotler, “Manajemen pemasaran”, 2008. Hal. 63
- Philip Kotler, “Manajemen pemasaran”, 2008. Hal. 63.
- Pontoh, Marsella Engeline, Silcyljeova . Moniharapon, dan Ferdy Roring, “*Pengaruh Display Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Departement Storemega Mall Manado*”, Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 5 No. 02 (2017).
- Public Expose, *Acceleration To Seize Opportunities*, Tangerang: PT Midi Utama Indonesia Tbk, 2021.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta:Gema Insani, 2018.
- Saefuloh, Asef, *Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion Di Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018)* , Skripsi, Semarang:Uin Walisongo, 2019.
- Sarrascalao, Dewinta Dora, *Analisis Perilaku Impulsif Buying Dalam E-Commerce Perspektif Bisnis Syariah*, Journal Of Businessand Banking Vol. 8. N0. 2, (2019).
- Septian Wahyudi, “*Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying*”,Jurnal Valuta, Vol.3, No. 2.(Oktober 2018).282
- Setiawan, Albi Anggito Dan Johan, *Metedologi Penelitian Kualitataif*, Edisi 1 Sukabumi:CV Jejak, 2018.
- Sudarsono, Heri, konsep ekonomi islam, Yogyakarta: ekonasia, 2019.
- Sugiono *metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* Bandung alfabeta,2019, 81
- Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung, alfabeta, 2020), 411.

- Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: alfabeta, 2020) 401.
- Suhartanto, Dwi, *Ritel Pengelolaan Dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2019),5. Alfamidi, Diakses Pada 8 Juni 2023,<https://Alfamidiku.Com/Menu-Korporasi>
- Suharyono, perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam, STIESNU Bengkulu.
- Sujarwen, V. Wirata Sujarwen, *Metodologi penelitian*, Jilid 1 Yogyakarta: Pustakabarupress, 2018.
- Surtabrata, Sumadi Surtabrata, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2021.
- Swastha, Basu, “*Manajemen pemasaran*”, yogyakarta: Liberty, 2019.
- Syahyuni Dan Desti Natasyah Wilani (Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan) *Jurnal Ilmiah STIE MPD* Vol. 6 No. 1 (September 5, 2018):31
- Syaiful Anwar *metode penelitian* Yogyakarta pustaka pelajar 2011,35.
- Umar Siddiq and Moh Miftachul Choiri, *metode penelitian kualitatif dibidang pendidikan edisi pertama* (ponogoro CV nata karya, 2020) 1, 67.