

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Terjemahan (2015). Departemen Agama RI
- Bruno, L. (2019). *Pengaruh Website Quality, Electronic Word-of-Mouth, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Zalora*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Edwin Japarianto, & Sugiono Sugiharto. (2011). *Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1),32–41.  
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18388>
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,6(3), 1658–1667.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Gunawan Kwan, O. (2016). *Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27–34.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.27-34>
- Indah Suhartini, Y., & Listyorini, S. (2011). *Pengaruh Shopping lifestyle, Fashion Involvement, dan Hedonic shopping motivation terhadap impulse buying (Studi Kasus pada Konsumen Matahari Departement Store di Kota Semarang)*.
- Kiswara Putri, A. S., & Suharyono, S. (2017). *Pengaruh Hedonic shopping motives dan promosi penjualan terhadap impulse buying (Survei pada Konsumen Matahari Department Store Malang Town Square)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 47(2), 145–153.
- Manik, Y. M. (2019). *Literasi Keuangan Dan Pengaruhnya Terhadap Hedonisme Mahasiswa*. *jurnal promosi Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 7(2), 66–76.
- Martono, M. S. S. I. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 687–699.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/10202/9971>
- Miranda, Y. C., & Machung, U. (n.d.) (2016). *kajian terhadap faktor yang mempengaruhi impulse buying dalam Online shopping Yosy Cynthia*

*Miranda Universitas Machung.*

- M Luthfi Khakim (2020) : “*Pengaruh Hedonic Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying*” Universitas Islam Negeri
- Moniharapon, S., Oroh, S., & Adilang, A. (2014). *Persepsi, Sikap, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 561–570. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i1.4351>
- Mufti Hasan Alfani. (2020). *pengaruh harga dan promosi terhadap impulse buying pada produk online menurut ekonomi syariah 21(1)*, 1–9.
- Mulyana, A. E., & N.I, A. P. (2020). *Pengaruh Promosi, Atmosfer Toko, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Ritel Modern Di Kota Batam. Journal of Applied Business Administration*, 4(1), 18–22. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i1.1938>
- M Susanti (2017) : “*Prinsip Ekonomi Islam dalam Promosi Penjualan*”
- Nugroho, B., & Idris. (2018). *Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Situs Marketplace Tokopedia. Journal of Management*, 7(4), 1–9.
- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Parmitasari, R. D. A., Alwi, Z., & S., S. (2018). *Pengaruh Kecerdasan Spritual dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 147. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.5699>
- Puspita, E. M., & Budiarti, A. (2016). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan Vans Store Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5), 1–16.
- (Ramadhan, D. F. (2018). (n.d.). *Produk terhadap impulse buying konsumen hypermart.*
- Razali, R. (2020). *Perilaku Konsumen: Hedonisme Dalam Perspektif Islam, Ramadhan Razali. JESKaPe*, 4, 115–124.
- Rosalina, F., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Jasa GrabCar di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1), 139–148.
- Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., Selling, P., & Pendahuluan, I. (2020). *Vol . 11 No . 1 Agustus 2020 pengaruh sales promotion dan personal*

- salling terhadap volume penjualan sepeda motor yamaha. 11(1), 1–9.*
- Sihite, B. F. (2019). Pengaruh Product Quality, Celebrity Endorser Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Wilayah Tangerang Selatan. *JURNAL SeMaRaK*, 2(2). <https://doi.org/10.32493/smk.v2i2.2929>
- Sinjaya, C., Bisnis, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2021). Pengaruh product attributes dan sales promotion terhadap online impulse buying dalam produk chattime pada generasi Z. 9(1).
- Soares, A. P. (2013). Pengaruh Pola Belanja, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Di Toko Jolie Wirobrajan, 53(9), 1689–1699.
- Supriyadi Muslimin, Zainab dan Wardah Jafar (2020) : “Konsep Penetapan Harga Dalam Pespektif Islam” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*.
- Suryadi,R. (2016). Pengaruh Visual Merchandising, harga, dan kualitas produk terhadap impulse buying behaviour (studi pada konsumen miniso kota malang.
- Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *Kinerja*, 14(2), 92. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 44–48.
- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 2580–9539.
- Widiastutik, S.-. (2020). Strategi Persuasif Dalam Sales Promotion Dengan Media Outdoor Ad: Studi Kasus Bahasa Persuasif Pedagang Kaki Lima di Denpasar Selatan. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.32487/jshp.v5i1.965>
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *ekombis riview: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*

*Indonesia*, 3(1), 61–80.

Zefanya Umboh, Lisbeth Mananeke, R. S. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di Mtc Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20373>

#### WEBSITE

<https://iprice.co.id/trend/insights/pengguna-aktif-bulanan-aplikasi-e-commerce-di-indonesia-dan-asia-tenggara/> diakses pada tanggal 30 mei 2021

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia> diakses pada tanggal 30 mei 2021

<https://thidiweb.com/sejarah-shopee/> diakses pada tanggal 30 mei 2021

<https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet> diakses pada tanggal 30 mei 2021