

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M dan Purwanto. “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID”. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* Vol. 2 No. 2 (Februari 2020): 34-50. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v2i2.5>
- Ahmad, Jumal. *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Akbar, Syahrizal Fitriani., Irsan Tricahyadinata dan Asnawati Asnawati. “Pengaruh Display produk, Promo Below the Line dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap keputusan Pembelian Impulsif”. *Jurnal Manajemen* Vol. 12 No. 1 (2020): 115-123 <https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i1.6829>
- Al-Qur’an. *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2022. <https://quran.nu.or.id/al-mulk>
- Al-Qurthubi, Syeikh Imam. *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*. Jilid 2. Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Angela, Veliana, dan Eristia Lidia, P. “Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z”. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol. 10, No. 2, (2020): 249.
- Anwar Sanusi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Arnold, M. J., dan Reynolds, K. E. “Hedonic shopping motivations”. *Journal of Retailing*. Vol. 79 Issue 2 (2003): 77–95 [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Baladini, Nazmia., Nobelson Syarief dan Jenji Gunaedi. “Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pengguna Gopay di Kota Bekasi)”. *Prosiding Korelasi* Vol. 2 (2021): 1323-1337.
- Basumi, Akhmad., et.al. *Psikopedagogik Islam Dimensi Baru Teori Pendidikan* Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2021.
- Cantikasari, Yuli dan Robertus Basiya., “Pengaruh Motivasi Hedonis, Materialisme dan Shopping Lifestyle Terhadap Pengaruh Pembelian Impulsif”. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* Vol. 23 No. 02 (Oktober 2022): 33-43 <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.857>
- Choerudin, A., Zulfachry, Rahmatya Widyaswati dan Lady Diana Warpindyastuti. *Literasi Keuangan*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023.

- Daradjat, Zakiah. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang, 2007.
- Endah, Murniatiningsih. “Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri di Surabaya Barat”. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* Vol. 5 No. 1 (2017): 127-156 <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156>
- Fadzaki, Muhammad Kharif dan Dini Rahmayanti. “Pengaruh Fashion Involvement, Promosi, Religiusitas terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Intervening pada Pakaian Thrift di Salatiga”. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business* Vol.3 No.1 (April 2023): 40-51
- Fitrawaty dan Rea Dinda Aulia Hasibuan. “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok teman sebaya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk produk Fashion pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”. *Jurnal Ekonomi Pendidikan* Vol. 6 No. 7 (2018): 21-27.
- Gainau, Maryam B. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2021
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. 7th edn.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis multivariate Dengan Program SPSS Versi 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011
- Gotama, Gigi dan Sulastris Rini Rindrayani. “Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung”. *Jurnal Economina* Vol. 2 No. 4 (2022): 691-701
- Hausman, A. “A Muti-method Investigation of Consumer Motivation in Impulse Buying Behavior” *Journal of Consumer Marketing* Vol. 17 No.5 (2000): 403-417.
- Hermawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019
- Komala, Cucu. “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Ghazali”, *Jurnal Perspektif*. Vol.2 No.2 (Desember 2018): 248-266.
- Kosyuh, Dayang Asning., Kadarisman Hidayat dan Yusri Abdillah. “Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying (Survei Pada Pelanggan Outlet Stradivarius Di Galaxy Mall Surabaya)”. *Jurnal Administrasi*

- Bisnis S1 Universitas Brawijaya* Vol. 14 No. 2 (September 2014): 1-7.
- Kurniati, Mei Fitria., et.al. *Sehat Fisik dan Mental di Masa Pandemi Covid-19*. Bogor: Guepedia, 2020
- Kurta, Didem, J. Jeffrey Inman dan Francesca Ginoc. "Religious Shoppers Spend Less Money". *Journal of Experimental Social Psychology* Vol. 78 (2018) 7-8.
- Lestari, Indan. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion Customer Flashy Shop Surabaya". *Journal Manajemen Pemasaran* Vol. 1 No. 3 (2014): 11-14.
- Pratiwi, Indah. "Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* Vol. 9 No. 1 (2017): 98-108.
- Mamuya, Nova Christian Immanuel. *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2021.
- Merwe, E. V. D. "Economic Literacy as a Factor Affecting Allocative Efficiency". *Master of Science in Agricultural Economics*, University of the Free State Bloemfontein (2012): 15
- Mulyana, Andi Erna dan Atika Pertiwi N.I. "Pengaruh Promosi, Atmosfer Toko dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Ritel Moderen di Kota Batam". *Journal of Appied Business Administrasi*, e-ISSN: 2548-9909.
- Nurfitria, Ayu. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta". *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, (2020).
<https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/50126>
- Nurhayati, Dwi. *Literasi Ekonomi*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021
- Pardiyanti, Ragil., Jaja Suteja., Undang Juju dan Hermita Dyah Puspita. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Banyumas: Pt. Pena Persada Kertas Utama, 2022
- Park, Eun Joo., Kim, Eun Young., dan Forney, Judith Cardona. "A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior". *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 10 No. 4 (2006): 433-446

- Pujiastuti, Novi., Reza Reza dan Ratna Fitri Astutik. “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Pembelia Impulsif pada mahasiswa”. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)* Vol. 7 No. 1 (2022): 107-117.
<https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6710>
- Purwanto, Teguh., Panca Kurniati dan Leni Susanti. “Peran Religiusitas Sebagai Pemoderasi Hubungan Diskon dengan Impulse Buying” *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UNSIQ* Vol. 9 No. 3 (2021): 221-230
<http://dx.doi.org/10.22373/psikoislamedia.v6i1.8026>
- Purwanza, Sena Wahyu., Aditya Wardana., Ainul Mufidah dan Yuniarti Reny Renggo. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: CV. Media Sians Indonesia, 2022
- Rahmasari, Lida. “Menciptakan Impulse Buying”. *Majalah Ilmiah Informatika* Vol. 1 No. 3 (2010): 56-68.
- Rainer, Pierre. “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z” 29 Agustus, 2023.
<https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqy>
- Ramadhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021
- Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan Menurut Provinsi (Rupiah)”. *Badan Pusat Statistik*. 9 November, 2023.
https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/WVJ1ekI3NzNYeFNqVDdaUjRoWHVjQT09/da_13/1
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023.
- Rook, Dennis W. “The buying impulse”. *Journal of Customer Research*. Vol. 14 No. 2 (1987): 190 <https://doi.org/10.1086/209105>
- Rook, Dennis W dan Robert J. Fisher. “Normative Influences on Impulsive Buying Behavior”. *Journal of Consumer Research* Vol. 22 (1995): 306, <https://doi.org/10.1086/209452>.
- Rosidah, Ainur dan Albrian Fiky Prakoso. “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Vol. 9 No. 3 (2021): 275-287.
- Rozana., et.al. “Studi Korelasi Pola Asuh, Religiusitas dengan Impulse Buying pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung”. *Jurnal Ilmiah Psikologi* Vol. 3 No. 2 (2016): 239-240.

- Rukiyanto, Bernardus Agus. *Pendidikan Religiusitas Untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press, 2021
- Scarpi, D. "Fashion Stores Between Fun and Usefulness". *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 10 No. 01 (2006): 7.
- Sina, Peter Garlans. "Analisis Literasi Ekonomi". *Jurnal Economia* Vol. 8 No. 2 (Oktober 2012): 135-143, <https://doi.org/10.21831/economia.v8i2.1223>
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 1999.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS untuk Penerliti*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014
- Sulistiowati, Heni. "Stres Dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro" *Empati: Jurnal Karya Ilmiah S1 Undip* Vol. 4 No. 4 (2015): 32–37. <https://doi.org/10.14710/empati.2015.13548>
- Sutisna dan Marcellia Susan. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2022.
- Suroso, Ancok. *Psikologi Islam: Solusi Islam dan Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Tullio Jappelli. "Economic Literacy: An International Comparison". *Goethe University Frankfurt, Center for Financial Studies (CFS)*. CFS Working Paper No. 2010/16 (July 2010): 1-32
- Utami, Cristina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba empat, 2010.
- Veybitha, Yolanda., Muhni Pamuji., Sari Sakarina dan Frecilia Nanada Melvani. "Pengaruh Motif Hedonis & Religiusitas Terhadap Pembelian Impulsif Online Generasi Senior Millennial Muslim Melalui Mediasi Self Esteem". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* Vol. 12 No. 2 (Maret 2023): 325-335 <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v12i2.3423>
- Wahyu Pramana., Heni Noviarita., Erike Anggraeni. "Analisis Digitas Marketing dan Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Pendapatan Pelaku Industri Kecil dan Menengah di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 8 No. 2, (2022): 1-6
- Wijaya, Tony. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013

Winarsih, Siti dan Sulis Rokhmawanto. *Manajemen Budaya Literasi Informasi dalam Peningkatan Kinerja Guru Madrasah*. Cirebon: Yayasan Wiyata Bastari Samasta, 2023

Yusuf, Syamsu. *Psikologi Belajar Agama* (Bandung: Pustaka Bumi Quraisy, 2003), 13

