

DAFTAR PUSTAKA

- Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi*, Sleman:Budi Utama, 2015
- Alquran. *Alquran Tajwid Kode, Transliterasi Per Kata, Terjemah Per Kata*, 122.
- Amir, Taufik. *Manajemen Ritel panduan lengkap pengelolaan toko modern*. Jakarta Pusat: Ikrar Mandiri Abadi,2004.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insanai Press, 2001.
- Cahyono, Krido Eko,"*Shopping Life Style* memediasi Hubungan*hedonic* dan *utilitarian value* Terhadap*impulse Buying* ", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, no 80 ISSN 1411-0393 (2012):190
- Darma, Lizamary Angelina dan Edwin Japariato, "Analisa Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Shopping Lifestyle* Dan *Positive Emotion* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Mall Ciputra World Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8, no. 2 (2014): 81.
- Eko, Cahyono Krido dan Khuzaini Hermono Widiarto," shopping life style memediasi hubungan hedonic dan utilitarian value terhadap impulse buying," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, ISSN 1411-0393, no.80(2012): 190-191
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syari'ah*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: UNDIP, 2011.
- Gunawan, Muhammad Ali. *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* Yogyakarta: Parama Publishing, 2015.
- Halim, Cipta. *Tip Praktis Promosi Online Berbagai Event*. Jakarta, Elek Media Kopetindo,2010.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 139.

- Hiriansah. *Metode penelitian suatu tinjauan konsep dan konstrukstur* Pasuruan: Qiara Media Patner , 2019.
- Ikanabun, Dovata dan Sri Murni Setyawati, “Pengaruh *Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying* Yang Dimediasi Emosi Positif”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, Volume 21 Nomor 01 (2019): 3.
- Indriantoro Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002.
- Japarianto, Edwin dan Sugiono Sugiharto, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, VOL. 6, NO. 1, (2011): 33.
- Komala, Cucu “Perilaku Konsumen Impulse Buying Perspektif Imam Al-Ghazali”, *Jurnal Perspektif* 2, no. 5 (2018): 257.
- Kominfo”Wikipedia 23 Desember 2019, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Ma’aruf Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Magdalena, Yonita Ngurah Sugianto, Pengaruh *Website Quality, Electronic Word-Of-Mouth, Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying* Pada Zalora, *Jurnal Manajemen Pemasaran*(2013): 3
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Eresco, 1988.
- Mashrukin. *Metode Penelitian Kuantitaif*. Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015.
- Masrukin. *Metodologi Penelitian kuantitatif*. Kudus: Media Ilmupers, 2009.
- Nadiatuzzuhro, Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying* Pelanggan Di Diana Accassories Store Surabaya, 111
- Ningsing, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Nurrohmah, Astri dan Farah Oktafian, “ Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying

- behavior”, *Jurnal riset bisnis dan manajemen*, E-ISSN: 2338-292X, Volume VIII, No 1(2018):3.
- Prasetia,Fita Eka.” Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Behaviour* Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya”(2013):5
- Prasetijo, Ristianti. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2005.
- Priansa, Donni juni. *komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*. Bandung, Pustaka Setia, 2017.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Rahmawati, Nurul tri, “Pengaruh *Hedonic Shopping Value Dan Shoppinglifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi*”, *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Edisi 3 (2018):316.
- Rangkuti, Freddy. *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta: Gramedia Putaka Utama, 2005.
- Sanusi, Anwar. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: salemba Empat, 2014.
- Setiadi,Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Setyawati, A.A Diah dan tjok. Gde Raka, “ Pengaruh Merchandise dan Atmosfer gerai terhadap Nilai Hedonic dan Perilaku Pembelian Impulsif di Loppo Mall Kuta, “ *Jurnal Manajemen Unud* 6, no:9 (2017):5219.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar: Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: CAPS, 2013.
- Sugiono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,2014.
- Sugiono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017):63.
- Sugiyono. *Statistik untuk Penelitian* Bandung: Alfabeta, 2003.

- Sukoco, Sampir Andrean, *New komunikasi pemasaran: teori dan aplikasinya*. Jember, Pustaka Abadi, 2017.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*. Jakarta: CAPS, 2013.
- Suryana, Yaya. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Syah, Eko Prasetyo Karyadi “Pengaruh periklanan internet dan *electronic word-of-mouth (e-wom)* Terhadap pembelian tidak terencana secara *online* pada situs toko *Online* di *hijup.com*”, *Jurnal manajemen*, (2017):4
- Utami, Binar. “Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap *Impulse Buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Ambarukmo Plaza Yogyakarta)” *jurnal penelitian*, (2016):14
- Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Wicaksono, Andri. *Pengkajian prosa fiksi*. Yogyakarta: Garudhawaca, 2017.
- Widjaja, Bernard t. *lifestyle marketing: servlist: paradima baru pemasaran bisnis jasa dan lifestyle*. Jakarta: Granmedia pustaka utama, 2009.
- Yulianto, Nur Ahmad Budi dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press, 2018.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.