

DAFTAR PUSTAKA

- Al – Qur'an Al Mu'minin ayat 191, Al Qur'an dan terjemahnya (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al Qur'an, 1971, 526.
- Alfani, Mufti Hasan. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Produk Online Menurut Ekonomi Syariah." *Journal of Economic* 3 (2020): 365–77.
- Alfisyahrin, Dhuhan, Suharyono, and Swasta Priambada. "Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Shopping Lifestyle Dan (Survei Pada Konsumen Produk Fashion Matahari Department Store Malang Town Square)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 60, no. 1 (2018): 37–45.
- Bungin, M. burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Chaudry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam*. Prenada Media Group, 2012.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2016.
- Efnita, Titik. "Effect Of Variation Of Products, The Service Quality, Price and Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer." *Jurnal AdBispreneur* 2, no. 2 (2017): 107–15.
- Ernanda, Dimas. "Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6 (2017): 1–16.
- Faradisa, Isti, Leonardo Budi H, and Maria M Minarsih. "Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)." *Jurnal Manajemen Universitas Padanaran Semarang* Vol. 2, no. 2 (2016).
- Finthariasari, Meilaty, Sri Ekowati, and Roy Krisna. "Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 2 (2020): 149–58.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planing & Strategi)*, 2019.

- Gulo, W. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia, 2010.
- Hidayat, Rahmat, and Devrina Resticha. “Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)” 3, no. 1 (2019): 40–52.
- Hidayat, Taufik, Achmad Fauzi Dh, and Inggang Perwangsa Nuralam. “Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 60, no. 1 (2018): 46–55.
- Idri. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya, 2019.
- Jayadi. “Pengaruh Gender Terhadap Perilaku Belanja Tak Terencana (Impulse Buying Behaviour) Studi Kasus Pelanggan Ritel Modern Di Makassar.” *Prosiding Seminar Hasil Penelitian 207* (2020): 264–69.
- Katarika, Dita Murinda. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung” 1, no. 2 (2017): 162–71.
- Kumala, Octavia Dwi, M. Hufron, and Khalikussabir. “Pengaruh Store Atmosphere, Service Quality, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Consina Store Dinoyo).” *Jurnal Riset Manajemen*, 2017, 1–20.
- Kusumowidagdo, Astrid. *Desain Ritel*. Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Lestari, Agin, and Muhammad Faizin. “Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen “Gema Ekonomi”* 9, no. 1 (2020): 85–97.
- Maghfiroh, Alayya, and Sulis Riptiono. “Analisis Pengaruh Variety Of Selection Terhadap E-Impulse Buying Dengan Web Browsing Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kabupaten Kebumen).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 1 (2019).

- Marheiningdih, and Amirulmukminin. “Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 4, no. 3 (2020): 280–85.
- Mayasari, Iin. *Perilaku Hedonis: Pandangan Teoritis Dan Praktis*. Surabaya - Jawa Timur, 2014.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Kosnumen Dalam Perspeketif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*, n.d.
- Ompi, Alfani P., janjte L. Sepang, and Rudy S. Wenas. “Analisis Faktor - Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Pembelian Impulsif Produk Fahion Di Outlet Cardinal Mega Manado.” *Jurnal EMBA* 6, no. 4 (2018).
- Paila, Jeremia Alfredo. “Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado” 6, no. 1 (2018): 58–65.
- Priyama, Romie. *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, n.d.
- Priyatno, Dwi. *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta:Gava Media, n.d.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakad Publishing, 2019.
- Putra, Nobel Ibrahim, Edriana Pangestu, and Lusy Deasyana Rahma Devi. “Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Ipulatif Pada Fashion Retail (Survei Online Pada Konsumen Matahari Department Store Di Malang Town Square).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 61 No.4, no. 4 (2018).
- Radjab, Enny, and Andi Jam’an. *Metologi Penelitian Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Makasar, 2017.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020.
- Rohman, Fatchur. *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.

- Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Seran, Sirilius. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Kampus IPB Taman Kencana Bogor, 2018.
- Supriono. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pengunjung Mall Di Kota Malang).” *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, Nom (2018): 109–15.
- Supriyatno, Eko. *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Suryani, Mardian, and Siti Achira. “Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *Al - Intaj* 5, no. 2 (2019): 238–50.
- Syafri, Hanifah, and Eri Besra. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying (Survey: Pada Konsumen Kosmetik Tranmart Kota Padang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4, no. 4 (2019): 786–802.
- Tahlohding, Sareeha. “Pemasaran Dalam Ekonomi Islam Studi Integrasi Dan Komprehensif.” *Jurnal Pemasaran Dalam Ekonomi* Vol.15 (2015): hlm.240.
- Tansala, Desilsan, Tinneke M. Tumbel, and Olivia F. C. Walangitan. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 1 (2019).
- Utami, Christina Widya. *Manajemen Ritel*. Salemba Empat, 2017.
- Yosephus, L. Sinuor. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta, 2010.

WEBSITE

<http://eigeradventure.com/> (Diakses pada tanggal 15 Maret 2021).

<http://eigeradventure.com/> (Diakses pada tanggal 17 Maret 2021).