

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Aly al-Sabuny, Muhammad, *Safwah al-Tafasir* (Kairo: Dar al-Sabuny,1997)
- Afif M., dan Purwanto., “*Pengaruh Motivasi Belanja Hedonic, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Impulse buying pada Konsumen Shopee ID*”, (2020)
- Akram. U., Hui. P., Khan. M., Yan, C., & Akram. Z., “*Factors affecting online impulse buying: evidence from chinese social commerce environment*”, *Sustainability*, 10(2), 352,(2018)
- Al Qur’an, Surat Al-A’raf Ayat 32, <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al Qur’an, Surat Al-Baqarah Ayat 29, <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al Qur’an, Surat Al-Hujurat Ayat , <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al Qur’an, Surat Al-Isra’ Ayat 26-27, <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Al Qur’an, Surat Al-Mulk’ Ayat 15, <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Alba J.W., dan E. F. W., “*Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulse Buying*”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol.20, No.(2012)
- Alba, J.W., dan Williams E.F., “*Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulse Buying*”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*. Vol.2. (2016). Hal 151-207.
- Al-Haritsi J, bin A., *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Pustaka Al-Kautsar.2006)
- Amir M. Taufiq., *Manajemen Ritel, Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern Edisi Pertama*, Jakarta : PT Ikrar Mandiriabadi, (2004)
- Arikunto, Suharsimi., “*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*”, Jakarta: Rineka Cipta. (2010)
- Babin B.J., Darden W.R., dan Griffin, M., “*Work and/or Fun?Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value*”, *Journal of Consumer Research*, 26(4).(1994), hal. 644-656.
- Bahri, Andi., “*Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Studi Islamika*”, Vol. 11, No.2, Desember (2014)
- Berman B., dan Evans J.R., “*Retail management*”, A strategic approach. USA: Pearson. (2010)
- Cahyono, Krido Eko., “*Pengaruh Hedonic Value Terhadap Impulse Buying Di Mediasi Oleh Shopping LifeStyle (Studi : Mall Galaxy Surabaya)*”, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, (2016)

- Christina Whidya Utami., “Manajemen Ritel: *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*”, edisi 2. Jakarta: Salemba Empat, (2014)
- Cucu Komala., “*Perilaku Impulsive Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali*”, Jurnal Perspektif Vol. 2 No. 2. Desember (2018), Page 248-266.
- Devyasari., Rois., dan M. Ridwan., ”pengaruh *shopping lifestyle, discount, fashion involvement, hedonic shopping motivation*, dan promosi penjualan terhadap *impulse buying*”, (2020)
- Duncan A.R.C., “Moral Philosophy”, Canada: CBC Publications, (1970)
- Elyta R., dan Mutia R., “*Kecil-Kecil Jago Finansial: Mendidikan Generasi Cerdas Finansial Sejak Dini*”, LAKSANA,(2020)
- Engel, James F., *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binaruoa Aksara,(2009)
- Eren Selim Said., Eroglu Filiz., dan Hacıoglu Gungor., “*Compulsive Buying Tendencies Through Materialistic and Hedonic Values Among College Students in Turkey*”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 58. (2012), hal 1370-1377.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 7-8.
- Evans, Martin M., Gordon Foxall., dan Ahmad Jamal., “*Consumer Behaviour*”, England: John Wiley dan Son, Ltd, (2006)
- Fakhrurazy, *Dar al-Ihya’ al-Turas Al-‘Araby* (Beirut: Tafsir Kabir,1995)
- Ghozali I., “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2016)
- Ghozali, Imam., “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2016)
- Ghozali, Imam., “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2013)
- Gultekin B., dan Ozer L., “*The influence of hedonic motivation and browsing on impulse buying*”, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4(3). (2012), hal 180-189.
- Hursepuny C.V., dan Oktafani F., “*Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee _ Id*”, *E-Proceeding of Management*, 5(1). (2018) hal 1041–1048.
- Iin Emy P., dan Tira Nur F., “*Budaya Hedonic dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah*”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03). (2020) hal 731-736,

- Irwan Christanto dan Sri Haryanti S., “*Impulsive Buying Behaviour Pada Konsumen Online*”, Jurnal The National Conferences Management and Business (NCMAB), (2018)
- Ismail, M., “*Hedonic dan Pola Hidup Islam*”, Jurnal Ilmiah Islamic Resources, 16(2).(2020), hal 193.
- Japarianto Edwin., Sugiono Sugiharto., “*Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*”, 6(1), 1- 24. Retrieved from Jurnal Management Pemasaran, (2011)
- Kosyu, D.A., Hidayat K., dan Abdillah Y., “*Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Volume 14, No 2. (2014), Hal 1-7.
- Lathiyfah Shanti P., Bambang Somantri dan Viska Agustiani., “*Pengaruh shopping lifestyle dan hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada shopee.co.id.*”, jurnal CAKRAWALA, Volume 4, No. 1. (2021)
- Levy M., dan Barton A., “*Weitz. Retailing Manajemen*”, 7Ed. New York: Mc Graw Hill. (2009)
- Loudon D.L., dan Bitta, A.J., “*Consumer Behavior Concept and Application*”, 4th edition, Singapore : McGraw, (2003), Hal. 35.
- Lumintang, Fenny., “*Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle Pada Online Shop*”, Jurnal Wima, 1(6). (2012)
- Melifia Liantifa dan Ferry Siswadhi., “*Shopping Lifestyle As A Mediation Variable In The Effect Of Hedonic Shopping Value On Buying Impulse In Online Shop*”, E-jurnal apresiasi teknologi,Vol. 7, No. 2. Mei (2019)
- Michael Wijers, Daniel, “*Hedonism and Happiness in Theory and Practice*”, Melbourne: Victoria University of Wellington
- Muhajirin dan Maya Panorama., *Pendekatan praktis metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press, 2018), hal.128
- Muruganantham C., dan Bhakat S.R., “*A Review of Impulse Buying Behavior*” India: International Journal of Marketing Studies, 2013)
- Nur dan Munadi., “*Impulsive buying behaviour dalam perspektif ekonomi islam*”, Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2018) 1 (2), hal. 88-98

- Ozen H., dn Engizek N., “*Shopping online without thinking: Being emotional or rational?*”, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 26(1). (2014), hal 78-93.
- Park J dan Lennon, S. J., “*Psychological and Environmental Antecedents of Impulse Buying Tendency in the Multichannel Shopping Context*”, Journal of Consumer Marketing, Volume 23, No2. (2005), hal 56–66
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller., “Manajemen Pemasaran terjm”, Bob Sabran Jilid I edisi 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166.
- Pujiyono A., “Teori Konsumsi Islami. Dinamika Pembangunan”, 3(2), 196–207. (2006)
- Putra Pambagyo dan Yosevin Karnawati., “*Pengaruh elektronik word of mouth dan hedonic shopping value terhadap mpluse buying pada online shop*”, JCA Ekonomi Volume 1 Nomor 2. (2020)
- Qurtuby, Al-Jami’ li Ahka-mi Al-Qur’an (Beirut: Dar Al-Kitab Al-‘Alamiyah,1996)
- Rafidah Salma Mardhiyah dan Lisa Sulistyawati., “*Pengaruh hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap impulse buying dengan emosi positif sebagai variabel intervening pada e-commerce shopee*”, Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik, Volume 1 No.1. (2021)
- Reni Suci Wahyuni dan Harini Abrilia Setyawati., “*Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee*”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2(2) April (2020)
- Rerung Rintho Rante., “*E-Commerce menciptakan daya saing melalui teknologi informasi*” Yogyakarta: CV Budi Utama. 2018
- Rini H., Maulana S., Ditya A.D., Rayvaldi V., Risyad F., Yoga F.H., “*The effect of hedonic shopping motivation on impulse buying purchase of fashion products in pandemi times*”, Jurnal review of international geographical education. (2021)
- Rook, Dennis W., dan Robert J. Fisher., “*Normative Influences on Impulsive Buying Behavior*”, Journal of Consumer Research 22(3). (1995), hlm. 305.
- Rozalinda., “*Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktifitas Ekonomi*”, Jakarta: Rajawali Pers, (2016) hlm 107.
- Samuel, H., “*Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba)*

- (*Studi Kasus Carrefour Surabaya*”), Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 7, No 2. (2005), 152-170.
- Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk, dan Joseph Wisenblit., “*Consumer Behavior Global Edition*”, Pearson Higher Education, London, (2010)
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie., “*Research Methods for Business*”, A Skill Building Approach 7th Edition. Chichester, West Sussex: John Wiley and Sons. (2016)
- Solomon Michael R, “*Consumer behavior buying, having and being, 12 ed*”. Pearson Education. Boston, (2018)
- Solomon, Michael R.,” *Consumer Behavior: Buying, Having, Being. New Jersey*”, dalam Pearson., dan Wijaya Ermy dan Yeni Oktarina., “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu*”, EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis 7(1). (2019) hlm. 10–22
- Subagio H., “*Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen*”, Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 6. No. 1. (2011), hal 8-21.
- Sugiyono P.D., *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, In Alfabeta, cv. (2016)
- Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. (2017)
- Sumarwan., “*Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*”, Jakarta: Ghalia Ind. (2003)
- [Survei DBS: Pelanggan e-commerce di indonesia meningkat selama pandemi - Info Komputer \(grid.id\).](#) [diakses pada 12 Januari 2022]
- [Survei KIC:Generasi Z makin banyak adopsi layanan digital kala pandemi - E-commerce Katadata.co.id.](#) [diakses pada 12 Januari 2022]
- Susminingsih., dan Kanafi I., “*Manusia dan Budaya Wirausaha dalam Perspektif Islam*”, Penerbit NEM, (2020)
- Tannsjo Torbjorn., “*Narrow hedonism*”, Jurnal Of Happiness Studies, (2007):81
- Utami C W., “*Strategi dan implementasi oprasional bisnis ritel modern di indonesia*”, Jakarta: Salemba Empat, (2014)
- Utami C., “*Manajemen ritel strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesi*”, Jakarta: Salemba Empat, (2010)
- Wahyuni R S., dan Setyawati H A., “*Pengaruh sales promotion, hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap*

impulse buying pada e-commerce shopee”, Jurnal Ilmiah
Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, (2020)

