

DAFTAR PUSTAKA

Adi Adhiat, Tren Pengunjung *E-commerce* Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat, (Berita Online databoks.katadata.co.id, Rabu, 11 Oktober 2023 19:01 WIB), Tersedia di situs <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>, diakses tanggal 14 Januari 2024, pukul 21:33 WIB.

Adinda Putri Agustina, “*Pengaruh Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019).

Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2024), 39

Aprilia Nur Mardela Natasya “*Pengaruh Price Discount dan Fashion Involment terhadap Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Online Fashion Zalora)*”. (Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019.) 13

Bella, *Kata Data*, Daftar Kecamatan Di Kota Kediri (Berita Online Kata Data, Rabu, 6 Maret 2024), tersedia di situs <https://provinsijawatimur.com/kecamatan-di-kota-kediri/> di akses tanggal 3 Mei 2024, Pukul 20.08.

Bhakat, R. S., & Muruganatham, G., “*A Review of Impulse Buying Behavior*”.
(International Journal of Marketing Studies, 2013), 160.

Binti Mas’amah, “*Pengaruh DiscounD Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee*”, (Skripsi: IAIN Kediri, 2017).

Bonaventura Efrian Antyadika, Analisis Pengaruh lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang), (2012), 83.

Candra Gudianto, “*Analisis Sistem E-commerce pada Shopee Untuk Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Metode S.W.O.T*”, (Jurnal: Universitas Kristen Satya Wacana, 2022), 6.

Christina Whidya Utami, “*Manajemen Ritel: Strategi dan Implimentasi*”, (operasional Bisnis Modern di Indonesia), 68

Christina Widya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi* (Operasional Bisnis Modern di Indonesia), (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 51.

Cindy Mutiara Annur, Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia Pada Januari 2024, (Berita Online databoks.katadata.co.id Selasa, 27 Februari 2024 18:17 WIB), tersedia di situs <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>, diakses tanggal 5 Agustus 2024, pukul 09.15 WIB.

Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193

Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*, (Yogyakarta: Alfabeta, 2023), 62.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 122.

Departemen Agama RI, *QS. Al-Furqon: 67*, 511

Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2024), 79

Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, 134.

Duwi Priyatno. *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, 145.

Duwi Priyatno. *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, 145.

Dwi Nila Aryani, “Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Marketplace Shopee*”, (Jurnal: STIE Malangkecewara, 2023), 24.

Erry Fitriya Primadhany. “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Diskon (Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)*”. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2018. 22

Erry Fitriya Primadhany. “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Diskon (Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)*”. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2018. 22

Fajar Nur Rochman, “*Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display terhadap Impulse buying (studi pada Gian Mart Supermarket Yogyakarta)*” Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2016. 6

Fatiha Rahmalita Fitri, “*Pengaruh Kualitas Web dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku impulse buying dengan Keterbukaan Kepribadian sebagai Variabel Pemoderasi (studi Shopee Indonesia)*”, (Jurnal: UPN Veteran Yogyakarta, 2021), 25.

Fatiha Rahmalita Fitri, “*The Influence of Web Quality and Sale Promotion Toward Impulse Buying Behavior With Openness Personality as Moderating Variabel (Study of Shopee Indonesia Online Store)*”, (Jurnal: Of Accounting Management and Economics, 2020), 49.

George Rizki Wibowo, “*Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee*”, (Skripsi: Universitas Telkom Bandung, 2021).

Gista Olyviani, “*Pengaruh Diskon Harga, Gaya Hidup dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Shopee di Desa Tanggulwelahan Kecamatan Besuki Kabupaten Tuungagung*”

Hayati, “*Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Matahari Departemen Store*”, (Skripsi S1, UIN Alahuddin, Makasar, 2018), 30-31

hozali, Imam, *Analisis Multivariate dengan SPSS* (Semarang: BP UNDIP, 2024), 138.

Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, “*Pengantar Statistik Edisi Kedua*” (Jakarta: Bumi Aksara, 2022), 197.

Husein Usman dan Purnomo Setiadi, “*Pengantar Statistik*”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2024), 287.

- Agus Irawan, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Kendal: Penerbit Litnus, 2024), 69.
- James F Engel et al, "*Perilaku Konsumen*", (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), 203.
- Jonh C Mowen & Michael Minor, "*Perilaku Konsumen Jilid 2*" (Jakarta: Erlangga, 2002), 10
- Juwanto Edy Saputro. "*Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*" .Skripsi. Metro Lampung: IAIN Metro, 2018. 35- 36
- Kancen, J. J., & Lee, J. A. "*The Influence of Culture on Consumer Psychology*", (Journal: of Consumer Psychology, 2002), 176.
- Konsumen Matahari Departemen Store di Malang Town Square*, (Jurnal: Administrasi Bisnis, 2018), 3-5.
- Kurnia dan Irina, "*Persepsi dan Prefensi Masyarakat Terhadap Implementasi Citra Arsitektur Pecinan di Jalan Kisamaun Tangerang*", (Jurnal: Uniersitas Gunadarma, 2022), 29.
- Lusyana dan Hapzi, "*Diterminasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Analisis: Kualitas Produk dan Promosi Pada Marketplace Shopee*", (Jurnal: ECONOMIA, 2023), 329.
- M. Ikhsan. "*Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi pasa Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)*". Skripsi. Lampung: Institut Agama Islam Negeri Radn Intan Lampung, 2017. 14

McCarthy Jerome dan William D. Erreault, " *Pemasaran Dasar Edisi Keenam Belas*", (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 362

Michael R. Solomon, *Consumer Behavior Buying, Having, and Being 10th Edition* (New Jersey: Prentice Hall, 2013), 351.

Nobel Ibrahim putra, Edriana Pangestuti, dan Lusy Desasyana Rahma Devita, " *Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah terhadap Pembelian Impulsif pada Fashion Retail (Survei Online pada*

Owen de Pinto Simanjuntak, " *Pengaruh Fash Sale Promotion Dan Diskon Terhadap Online Impulse Buying*", (Jurnal: Universitas Sari Mutiara Indonesia, 2022), 38.

Pemkot Kota Kediri, Selayang Pandang, (Berita *Online* kedirikota.go.id), Tersedia di Situs <https://www.kedirikota.go.id/page/kota-kediri>, diakses tanggal 5 Juni 2024, Pukul 19:16 WIB.

Philip Kotler, " *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketiga belas Terjemahan Bob Sabran, MM*" (Jakarta: Erlangga, 2009), 93.

Philip Kotler, " *Manajemen Pemasaran*" (Jakarta: Erlangga, 2005), 54

Prabu Budi Santoso dan Ashari, " *Analisis dengan Microsoft Exel dan SPSS*", (Yogyakarta: Andi, 2005) 247-248

M. R. Pugu, S. Riyanto, dan R. N. Haryadi, *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*, (Batam: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024) 247-248.

- Puguh Suharsono, "*Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofis dan Praktik*," (Jakarta: PT. Indeks, 2023), 106.
- Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R., "*Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail survei online pada konsumen Matahari Departemen Square*", (Jurnal: Administrasi Bisnis, 2018), 10.
- Riduwan, "*Dasar-dasar Statistika*", (Bandung: Alfabeta, 2016), 51.
- Rook, D.W., "*The Buying Impulse*", (*The Journal: Of Consumer Research*, 1987), 198.
- Rook, D.W., & Gardner, M. P., "*In the Mood: Impulse buying's affective antecedents*", (Journal: University of Portland, 1993), 28.
- SSugiyono, *Metodologi Penelitian manajemen*, (bandung: CV. Alfabeta, 2022), 238.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 62.
- Suliyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022), 82.
- Syofian Siregar, "*Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*", (Jakarta: Bumi Aksara, 2024), 39
- Tasya Redwi Azizah, "*Pengaruh Potongan Harga dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kota Bekasi)*", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Salatiga, 2021).

Tia Rismaya, Ujang Buchori dan Hasbi Ash Shiddieqy, “*Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pada E-commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah*”, (Jurnal: IAI Sahid Bogor, 2023), 51.

Tia Rismaya, Ujang Buchori dan Hasbi Ash Shiddieqy, “*Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pada E-commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah*”, (Jurnal: IAI Sahid Bogor, 2023), 53.

ugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 81.

V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023), 193.

Wilis, R.A., & Nurwulandari, A., “*The Effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Loyalty of Traveloka’s Customer*”, (Jurnal: Ilmiah MEA, 2020), 15.

Yusuf Qardhowi, “*Norma dan Etika Ekonomi Islam*”, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 143

Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244