

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Ervin. *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Staff Pengajar Prodi Psikologi Islam IAIN Kediri, 2.
- Adilah Irfandi, Salma dan Anggraeni, Rila SE., MM. *Pengaruh Sales Promotion, Visual Merchandising dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa/i di Malang Pengguna Aplikasi Shopee*. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, t.t.). 3.
- Anwar, Ali. *Stastistik Untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya Dengan SPSS dan Excel*. t.t 20.
- Arikunto, Suharismi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002. 168.
- Arnold, M, J., dan Reynold, K, E. *Hedonic Shopping Motivation*. Journal of Retailing. 79. 2003. 77-95.
- Asning Kosyu, Dayang et. al. *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 14. No. 2. September 2014. 1.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010. 5.
- \_\_\_\_\_. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2012. 131.
- Bungin, Burhan. *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media. 2005. 168.
- Cohen, Jacob. *Statistical Power Analysis for The Behavioral Sciences*. Dapartment Of Psychology New York University. New York. ED Second. 1988. 273.
- Gutierrez, B. P. B. Determinants of planned and impulse buying: the case of the Philippines. *Asia Pacific Management Review*, 9(6), (2004). 1061-1078. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. Diakses pada tanggal 20 September 2019.

- Hatane. Samuel. *Response Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian*. Jurnal Manajemen Kewirausahaan. 7(2). 2005. 145.
- Hausman, A. *A multi-method investigation of consumer motivations In impulse buying behavior*. Journal of Consumer Marketing. 17 (5). 2000. 403-426.
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee \_ Id*. E-Proceeding of Management. 5(1). 2018. 1041–1048.
- Indrawan, Rully dan Yaniawati, Poppy. *Metode penelitian* (Bandung: Refika Aditama). 2014. 134.
- Irawati, Rina dan Budi Prasetyo, Irawan. *Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)*. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN). Vol. 6 No. 2. 2021. 115.
- Iyer. E. S. *Unplanned purchasing, Knowledge of shopping environment and time pressure*. Journal of retailing. 65(1). 1989. 40-57.
- Japariato, E., dan Sugiharto S. *Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 6, No. 1. April: pp, 2010. 32- 41.
- Komaruddin. *Ensiklopedia Manajemen*. Edisi ke-2. (Jakarta: Bina Aksara). 1994. 29.
- Kusuma, Gede W., Syafie I., dan Atim Djazuli, *The Influence of Hedonic shopping motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable*, *European Journal of Business and Management* Vol.5 No.31, Retrieved from Internasional Knowledge Sharing Platfor, 2013.
- Mamang Sangdji, Etta dan Sopiah. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta, Andi Yogyakarta). 2010. 47.
- Martanto, Nanang. *Metode Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, t.t. 75.

Solomon, Michael R dan Rabolt, Nancy. "Consumer Behavior in Fashion", Second Edition, Pearson/Prentice Hall, 2009.

Mujahid. *Macam Dan Teknik Penulisan Karya Ilmiah*. (Cirebon: Pangger). 2004. 106.

Octaria Pasaribu, Lia dan Kusuma Dewi, Citra. *Pengaruh hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada toko online: studi pada toko online Zalora*. Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. Vol 19. N0. 2. 2015. 167.

Pamungkas, Nonia Tri. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Harga ditinjau dari Konsep Islam Terhadap Impulse Buying Pembelian Busana (Studi Kasus Pada Konsumen di Matahari Department Store Semarang)*. (Program Studi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang). 2020. x.

Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. (Jakarta : Rajawali Pers). 2012. 76.

Pudyastari, Mira Prabasita. *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Pembelian Implusif Produk Fashion Melalui E-commerce Pada Mahasiswi Di Jakarta*. (Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta). Agustus 2019. 16.

Purwanto. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta, Pustaka Pelajar). 2010. 241.

Rook, D.W. *The Buying Impulse*. The Journal Of Consumer Research. Vol.14. No.2 September. 1987. 198-199.

Scarpi, D. *Fashion stores between fun and usefulness*. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. Vol, 10 Iss: 1 pp. 2006. 7- 24.

Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta). 2008. 373.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. (Bandung: IKAPI). 2016. 68.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung:CV ALFABETA). 2018. 57.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ed. Sutopo 2<sup>nd</sup>ed. (Bandung: Alfabeta). 2019.

Usman, Hussaini dan Setiadi, Purnomo. *Pengantar Statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara). 2006. 219.

Utami, C. W. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. (Jakarta: Salemba empat). 2012. 68.

Verplanken, B. dan Herabadi, A. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*. *European Journal of Personality*. 15. 2001. S71-S83.

V. Wiratna Sujarweni. *Spss Untuk Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press). 2014. 196.

Widodo. 2017. *Metode penelitian populer dan Praktis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada). 72.

Sefiska Rahma, Widia & Septizola, Whyosi. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id*. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. Vol 01 No.1. ISSN: Online 2655-6499. 2019. 282.

Winarsunu, Tulus. *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang). 2015. 168.