

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif Sebagai Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Ardelita, Fanny, Margaretha Ardhanari, Elisabeth Supriharyanti. “Perbandingan Pengaruh Motivasi Belanja Terhadap Customer Satisfaction Melalui Utilitarian Value Di Hypermarket Dan Pasar Tradisional Kota Surabaya.” *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 6, no.1 (2017).
- Arif, Pujiono. “Teori Konsumsi Islami.” *Journal Dinamika Pembangunan* Vol.3 No.2 (2006): 196.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Chaudry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar, Terj. Suherman Rosyidi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2016.
- Darmaningrum, Putu Cindy Clarista dan Putu Gde Sukaatmadja. “Peran Shopping Enjoyment Memediasi Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Impulse Buying.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol. 8, No (2019).
- Databoks. “E-Commers Dengan Pengunjung Terbesar Kuartal IV 2020.” Last modified 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>.
- Databoks. “Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Dunia.” Last modified 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.
- Databoks. “Rata-Rata Pengunjung Web Bulanan Shopee (Kuartal I 2020-Kuartal III 2021).” Last modified 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Jakarta: Agung Harapan, 2006.
- Fitri, Fatiha Rahmalita. “The Influence of Web Quality and Sale Promotion Toword Impulse Buying Behavior with Openness Personality as Moderating Variabel (Study of Shopee Indonesia Online Store).” *Jurnal Of Accounting Mnagement*

and Economics 20, no 1 (2018): 49.

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

Hartono, Subagyo. "Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 6, no.1 (2011).

Hylander, Frida. "To Think, to Feel, to Have: The Effects of Need for Cognition, Hedonism and Materialism on Impulse Buying Tendencies in Adolescents." *Journal of European Psychology Students* 4, no. 2 (2013).

Indrawan, Rully & Poppy Yaniawati. *Metodologi Penelitian*. Bandung: pt refika utama, 2014.

Japrianto, Edwin. "Analisa Faktor Type Hedonic Shopping Motivation Dan Faktor Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper Di Surabaya." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2010).

Khumairoh, Umami Sa'adat. "Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pondok Pesantren Al-Amien Kediri)." Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2019.

Kournikova, Nabila Aftiera. "Pengaruh Sales Promotion Dan Hedonic Shopping Motivations Terhadap Impulse Buying Generasi Z Perempuan Pengguna Aplikasi Shopee." Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, 2022.

MA, Alex. *Kamus Ilmiah Populer Kontemporer*. Surabaya: Karya Harapan, 2005.

Mannan, Abdul. *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 2007.

Mas'amah, Binti. "Pengaruh Discount Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2017 IAIN Kediri)." Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021.

Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: Unimma Press, 2018.

Millan, Elena dan Elizabeth Howard. "Shopping For Pleasure? Shopping Experiences Of Hungarian Consumers." *Journal of Retail and Distribution Management* 35, no.6 (2007).

Muhyiddin. "Covid-19, New Normal, Dan Perencanaan Pembangunan Di Indonesia." *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development*

Planning 4, no.2 (2020).

Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.

Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2001.

Ozen, Hilal, Nil Engizek. "Shopping Online Without Thinking: Being Emotional or Rational? Asia Pacific." *Journal of Marketing and Logistic* 26, no. 1 (2014).

Pratama, Febrianto Putra. "Pengaruh Hedonic Motivation Shopping Terhadap Impulse Buying Dengan Dimoderasi Oleh Gender (Studi Kasus Sepatu Vans Di Instagram)." Universitas Airlangga Surabaya, 2020.

Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2016.

Ridwan, Murtadho dan Irsad Andriyanto. "Sikap Boros: Dari Normatif Teks Ke Praktik Keluarga Muslim." *Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 11, no.2 (2019).

Sepianti, Devi. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan E-Commerce Secara Berkelanjutan." *Pusdansi.org* 2, no. 2 (2022).

Setiadi, Nugroho Juli. *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003.

Soehardi, Sigit. *Pemasaran Praktis*. Yogyakarta: BPFE, 2002.

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

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sulaiman, Muzakir. "Penakaran Sifat Boros Dalam Alquran." *Jurnal Al-Mu'ashirah* 11 no. 1 (2014): 98.

Sulistiyo, Agung Budi, Riza Dewi Al Ardi dan Ahmad Roziq. "Implementasi The New Fraud Trianglemodel dengan Perspektif Syariah Dalam Mendeteksi Perilaku Fraud." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 4, no.1 (2020).

Sulistyowati. "Rancang Bangun Dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam." *Istithmar journal of islamic economic development* 1, no. 2 (2017): 147.

- Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Umar, Husain. *Metodologi Penelitian Skripsi Dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi (Operasional Bisnis Morden Di Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Wahyuni, Desianty Fithri. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Universitas Telkom (Studi Pada Tokopedia)." Universitas Telkom Bandung, 2018.
- Wahyuni, Reni Suci 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 (2020).