

Daftar Pustaka

Buku

- Aldy Purnomo, Rochmat.2017. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. Ponorogo:CV Wade Group.
- Anang Firmasnyah, M. 2018. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher
- Adib, Helen Sabera. 2015. *Metodologi Penelitian*. Palembang:NoerFikri.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*. 2010. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Firdaus, Muhammad. 2018 *Ekonomimetrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta:Bumi Aksa.
- Haryanto. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi*". EduLib.
- Hermawan, Asep. 2015. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*". Jakarta:PT Grasindo.
- Hurriyati, Ratih. 2016. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:ALFABETA.
- Machli, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga.
- Muhajirin, Maya Panorama.2017. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*". Palembang: Penerbit idea Press.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Setiadi, Nugroho J. 2019. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siyoto. 2015. Sandu dan M.Ali Sondik, “*Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*”. Yogyakarta:Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima. Bandung: alfa beta.
- Sumarwan, Ujang. 2018. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor:PT Penerbit IPS Press.
- Sutopo. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Jurnal

- Adila Sosianika dan Niky Juliani. 2017. *Studi Tentang Perbedaan Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Karakteristik Konsumen*. Vol.9 No.1.
- Agustina Mutia. 2017. *Pengaruh Gaya Hidup dan Minat Terhadap Kebiasaan Pembelian Barang yang Tidak Terencana (Impluse Buying) Masyarakat Kota Jambi*”, *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol. 1, No. 1.
- Angga Sandy Susanto. 2013. *Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style I*”. *Jurnal JIBEKA*, Vol. 7 No. 2, hal. 1
- Ariestya Ayu Permata, 2017. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagra* . *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*.
- Cucu Komala. 2018. *Perilaku Konsumen Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali*”. *Jurnal Perspektif*?. Vol. 2 No. 2.

- Dewi Andriany dan Mutia Arda. 2019. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millennial*”, Jurnal Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi.
- Dewi Permata Sari , A. Widad , Dian Eka. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Konsumen Butik 79 Di Palembang Trade Center Palembang*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan.
- Fendy Maradita dan Dia Okta Sopiana. 2020. *Pengaruh Gaya Hidup, Diskon Harga dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif Di Instagram*”, Jurnal Riset Kajian Teknologi & Lingkungan. Vol 3, Issue 2, p-ISSN: 2621 – 3222
- Ita Rahmawati, Laiatus sa’adah, Nur Amalia.2020. *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display Serta Pengaruhnya Pembelian Implusif*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Jenita. 2017. *Konsep Konsumsi Dan Perilaku Konsumsi Islam*”. Vol.2, No 1.
- Kuncoro Aprilia Hikmawati. 2016. *Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 37, No. 2, hal.12
- Mila Setiawati. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraia*.
- Raeni Dwi Santy Muhammad Ihsan Izharuddin Adhipratama. 2013. *Display Toko, Gaya Hidup dan Pembelian Implusif (Penelitian Pada Konsumen Surf Inc Bandung*. Jurnal Majalah Ilmiah Unikom, Vol 11, No 1.
- Retno Widuri. 2020. Daryono dan Viviana Mayasari. *Perilaku Impulsif Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion Shopping Online*. Purwekerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman.

Rudi Yanto Batara Silalahi dan Martuahman Parlindungan Purba. 2020. *Online Shopping Consumer Behavior During Covid-19 Pandemic*”, Vol 9, No1, hal.1, e-ISSN 2580-3743.

Saiful Amri Dan Samsul Ikhbar. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen*. Ihtiyath, Vol. 2, No. 2.

Sih Aulia Nurfaizah, 2015. *Hubungan Peta Mental dengan Keterampilan Geografis Mahasiswa Departemen Pendidikan Geografi Universitas Pendidikan Indonesia*.

Siti Rugaya. 2015. *Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza pada PT. Hadji kalla cabang urip sumoharjo di kota makassar*.

Website

Al- Qur-an Online, <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/79> (Diakses pada tanggal 14 Oktober 2021 pukul 11:40 WIB)

Belanja. Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Belanja> (Diakses pada tanggal 9 Juli 2021)

BBC News Indonesia, (12 Juni 2020), Berita online Indonesia: <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-52977852>. (Pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 09:30 WIB)

Fadhli Rizal Makarim, (08 Juli 2022), dari Artikel Kesehatan halodoc: <https://www.halodoc.com/artikel/mengenal-protokol-kesehatan-5m-untuk-cegah-covid-19> (Pada tanggal 25 Agustus 2021 pukul 10:00 WIB)

Instagram. Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (Diakses pada tanggal 9 Juli 2021)

Media Sosial. Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial (Diakses pada tanggal 9 Juli 2021)

TOP Brand Rabbani, Diakses melalui https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=rabbani, (Pada tanggal 18 Maret 2021 pukul 14:00 WIB)

KBBI Daring: Pencarian dalam <http://kbbi.kemdigbud.go.id>, (Diunduh pada tanggal 16 Desember 2020).

Konsumen Beralih Berbelanja secara Digital saat Pandemi <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/26/konsumen-beralih-berbelanja-secara-digital-saat-pandemi> (Diunduh pada tanggal 6 Juli 2021)

Rabbani, <https://www.rabbani.co.id/page/company-profile.html>, (Diakses pada tanggal 14 Oktober 2021 pukul 11:00 WIB)

Skripsi

Hesti Permata Sari. 2016. *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga Dengan Menggunakan Kartu Member Dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus Rabbani Palembang)*. Skripsi UIN Raden Fatah Palembang.

Arsip Mahasiswa Febi 2017

Akademik Mahasiswa FEBI, *Arsip data Mahasiswa Angkatan 2017*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2021)