

DAFTAR PUSTAKA

- A., Debora Dian Maydiana dan Sentot Suciarto, “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi pada toko belanja online shopee),” *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*, vol 3.No 1, 2
- Afif, Muhammad, dan Purwanto Purwanto, “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID,” *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2.2 (2020), 34 <<https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>>
- Agus, Fred dan, *Metode Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian dan lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019)
- Ahdiat, Adi, “Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun,” *databoks.katadata.co.id* <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>> [diakses 10 Oktober 2023]
- “Al-Furqan Ayat 67,” *quran.nu.or.id* <<https://quran.nu.or.id/al-furqan/67>> [diakses 11 Februari 2024]
- Al-Hamshi, Muhammad Hasan, “Mn al- H,” *Mufradat al-Syamilah al-Ishdar* 2,8: *Fiqh al-Am wa al-Fatawa: Fatawa al-Azhar: Min Ahkami Jam’I al-mal wa iddikharihi*, vol.6, hlm. 157
- Al-Ishdar, Lihat Maktabah al-Syamilah, “No Titl,” *al-Tafasir: Al-Jami li Ahkan*

Al-Qur'anli al-Qurtubi, vol 1, 3262

Alam, Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur, *E-COMMERCE : Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Yayasan Kita Menulis, 2020)

Alfani P. Ompi, Jantje L. Sepang, dan Rudy S. Wenas, "Analisis Faktor-faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Pembelian Impulsif Produk Fashion di Outlet Cardinal Mega Mall Manado," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6, no. 4 (2018)

Amanah, dedy Ansarai Harahap dan Dita, "Memahami impulsif buying dalam proses keputusan pembelian konsumen," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19 (2021), 5

Aniqoh, Nur Aini Fitriya Ardiani, "The Role of Digital Economy to Enhancing Sustainable Economic Development," *International Journal of Social Science and Business* 4, no. 4 (2020), 519

Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2016)

Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005)

Cantikasari, Yuli, dan Robertus Basiya, "Pengaruh Motivasi Hedonis, Materialisme, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif," *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23.2 (2022), 33–43
<<https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.857>>

Chapra, M. Umer, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Terjemahan (Jakarta: GIP & Tazkia Institute, 2000)

Chaudry, Muhammad Sharif, *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar*, Terjemahan (Jakarta: Prenada Media Group, 2016)

- Fadhilah, Muinah, “Peran Product Consumers Trust dan Prurchase Intention pada Online Buying Decision,” vol 7.No 2 (2020), 13
- Fauzi, Mochamad, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Semarang: Walisongo Press, 2009)
- Firmansyah, Dr. M. Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Surabaya: Deepublish, 2018)
- Habibullah, Eka Sakti, “Etika Konsumsi Dalam Islam,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2018
- Hafsyah, Anestya Hayatunufus, “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce),” vol 01.06 (2020)
- Hamdi, Baitul, “Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah),” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23.1 (2022), 6–12
- Harahap, Dedy Ansari, “Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19.01 (2021), 45–46
- Hursepuny, Crustya Valencia, dan Farah Oktafani, “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee_ID,” *Jurnal e-Proceeding of Management*, 5.1 (2018), 1041–48
- I komang Trisna, I putu Gede, Ni Nyoman Kerti, “Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik di Kota Denpasar Berdasar Theory Of Planned Behavior,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2016, 7

Idris, Bagus Nugroho dan, “Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Situs Marketplace Tokopedia,” *Diponegoro Journal Of Accounting* 7, no.4 (2019), 3

———, “Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Situs Marketplace Tokopedia,” *Diponegoro Journal Of Accounting* 8, no.4, 2018, 3

Kumparan, Admin, “Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia” <<https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo/full>> [diakses 9 Februari 2024]

———, “Surat Al Furqan Ayat 67: Arab, Latin, Arti, dan Isi Kandungannya,” *Kumparan.com* <<https://kumparan.com/berita-hari-ini/surat-al-furqan-ayat-67-arab-latin-arti-dan-isi-kandungannya-1vaxeQKupMQ/full>> [diakses 11 Februari 2024]

Kumparan, Penulis, “Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia,” *Kumparan.com* <<https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo/full>> [diakses 19 Oktober 2023]

Maharani, Berliana Intan, “Mubazir dalam Pandangan Islam, Apa Hukumnya?,” *detik.com* <<https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6855132/mubazir-dalam-pandangan-islam-apa-hukumnya>> [diakses 11 Februari 2024]

Mahyarni, Dr., “Theory of Reason Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)”

Mardiatmoko, Gun, “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.],” *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan* 14, no.3 (2020), 335

Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012)

Maryadiningsih, Evi, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS)*, no. 4 (2021)

Nugroho, Bagus, dan Idris, “Pengaruh dimensi motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif,” *Diponegoro Journal Of Management*, 7.4 (2018), 1–9

Nurtanio, Ilham Novriady, Rinaldi Bursan, Driya Wiryawan, dan Indah Listiana, “Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying in Bukalapak E-Commerce (Study on Bukalapak Consumers in Bandar Lampung),” *Takfirul Iqtishodiyah (Jurnal Pemikiran Ekonomi Syariah)*, 2.2 (2022), 1–28
<<http://ejournal.stisdulamtim.ac.id/index.php/JTI>>

Nyoko, Astin Naomi Saekoko dan Antonio E.L., “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI UNIVERSITAS NUSA CENDANA),” *Journal Of Management (SME's)*, Vol. 11.No.1 (2020),

Prili Handayani, Syaiko Rosyidi, "PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, VISUAL MERCHANDISING, PROMOSI PENJUALAN ONLINE, DAN HEDONIC SHOPPING MOTIVIES TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING," *Bisnis dan Manajemen*

Prof. DR. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019)

Purwanto, Muhammad Afif, "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID," *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisni*, 2.2 (2020), 34

Puspita, Eldora Maulidya, "PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI EMOSI POSITIF PELANGGAN VANS STORE SURABAYA," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5.No. 5 (2106), 3

Sari, Aprilia Eka, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, vol 13.no 1 (2015), 3

"Sejarah UIN Raden Fatah Palembang," *radenfatah.ac.id*
<<https://radenfatah.ac.id/index.php/sejarah/>> [diakses 9 Februari 2024]

Septianti, Devi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Penggunaan E-Commerce Secara Berkelanjutan," *Pusdansi.org* 2, no.2 (2022), 1–2

Setyawati, Reni Suci Wahyuni dan Harini Abrilia, "Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse

- Buying Pada E-Commerce Shopee,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 2, no. 2 (2020), 147
- Sri Rahayu, Zuhriyah, Silvia Bonita, “Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, vol 13.no 3 (2018), 7
- Sri Rahayu, Zuhriyah, “PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI KOTA PALEMBANG,” *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13 No.3 (2015), 2–3
- Sucidha, Irma, “Pengaruh Fashion Involment, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Poduck Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin,” *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen* 3, no.1 (2019), 3
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sugiyono, Prof. Dr., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Sugiyono, Prof. DR., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Sulaiman, Muzakir, “Penakaran Sifat Boros Dalam Al-Quran,” *Jurnal Al-Mu’ashirah* 11, no. 1 (2014), 98
- Sulistiyono dan Wiwik Sulistiyowati, “Peramalan Produksi dengan Metode Regresi Linier Berganda,” *PROZIMA (Productivity, Optimization and Manufacturing System Engineering)* 1,” no. 2 (2018), 83
- “Surat Al-A’raf Ayat 31,” *TafsirWeb* <<https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf->

ayat-31.html> [diakses 11 Februari 2024]

Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002)

Widagdo, Prasetyo Budi, “Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia,” *Researchgate Article*, 2016, 3

Wiyono, Gendro, *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 25 SmartPLS 3.2.D*, ed. oleh UPP STIM YKPN (Yogyakarta, 2020)

Yuli Cantikasari, Robertus Basiya, “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Materialisme Dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif,” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23 (2022), 40

Zainuddin, Masyhuri dan M., *Metodologi Penelitian* (Malang: Refka Aditama, 2011)