

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, Mufti Hasan. (2020). "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Produk Online Menurut Ekonomi Syariah". *Journal of Economic, Business and Accounting*, 3(2), 376.
- Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. (2006). *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab, Cetakan 1*. Jakarta: Khalifa.
- Angela, Veliana dan Eristia Lidia Paramita. (2020). "Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z". *Jurnal Ekobis : Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248-262.
- Anshri, Muslich dan Sri Iswati. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arifianti, Ria dkk. (2010). *Gaya Hidup Hedonis*. Bandung: UNPAD Press.
- Arifin, Johar. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti , Miguna dan Agni Rizkita A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Astuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Aqliyyah, Dewi. (2017). "Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif dalam Belanja Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Azwari, Ahmad dan Lia Febria Lina. (2020). "Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia". *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(2), 38.
- Budiyanto, Arief. (2021). *Pemasaran Jasa Pengertian dan Perkembangan*. Jakarta: Cipta Media Nusantara.
- Darma, Budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Digdowiseiso, Kumba. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. (2016). *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutika Prio.
- Fadillah, Muhammad Fachrul. (2020). "Pengaruh Sales Promotion dan Advertising Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Online Shop Shopee". *Skripsi*: Universitas Siliwangi.
- Fadliyah, Lina. (2015). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Konsumen Jilbab Di Pasar Johar Semarang". *Skripsi*: UIN Walisongo Semarang.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gunarsa, Singgih D. (2008). *Psikologi praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Gunawan, Ce. (2012). *Mahir Menguasai SPSS (1 ed.)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hadi, Syamsul. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Helianthusonfri, Jefferly. (2014). *77 Cara Dahsyat Meledakkan Omzet Toko Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Helmi, Syafrizal dan Muslich Lutfi. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

- Hidayat, Eko Wahyu. (2016). "Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying". *Skripsi*: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hussein, Abdillah. (2021). "Pengaruh Shopping Enjoyment dan Price Discount Terhadap Impulsive Buying Pada Marketplace Shopee(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UMSU)". *Skripsi*: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Juliandi, Azuar, Irfan, dan Saprinal Manurung. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Kartajaya, Hermawan dan Yuswohady. (2005). *Strategi Memasarkan Daerah Di Era Otonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2007). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: Syaamil Quran.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. (A. Sindoro, Trans.) Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Albert. (2009). *Belajar Mudah SPSS untuk Pemula*. Yogyakarta: Mediakom.
- Ofela, Hana. (2016). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(1), 7.

- Pandrianto, Nigar, Roswita Oktavianti, dan Wulan Purnama Sari. (2020). *Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyo, Bambang D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu; Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis*. Ponorogo: CV Wade Group.
- Rahmah, Nur dan Munadi Idris. (2018). "Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*. 1(2), 90.
- Rangkuty, Freddy. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2013). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik Dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- S, Andi Bahri. (2014). "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Studia Islamika*, 11(2), 368.
- Sari, Vela Novita. (2019). "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta". *Skripsi*: STIE Widya Wiwaha.
- Septiana, Aldila. (2015). "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam". *DINAR*, 1(2), 3.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Shopee. (2021). *Faktor Yang Menentukan Ongkos Kirim*. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://seller.shopee.co.id/edu/article/3534>.

- Sirclo. (2022). *Sejarah Perkembangan Marketplace di Indonesia*. Diakses Pada 08 Februari 2022, dari <https://www.sirclo.com/sejarah-perkembangan-marketplace-di-indonesia/#:~:text=Awal%20Mulanya,didirikannya%20forum%20jual%20Obeli%20Kaskus>.
- Sugiarto, Dergibson Siagian. (2006). *Metode Statistika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V Wiratna dan Lila Retnani Utami. (2019). *The Master Book Of SPSS*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri 1*. Bogor: IPB Press.
- Team, Dawaweb. (2022). *Apa Itu Marketplace*. Diakses pada 08 Februari 2022, dari <https://www.dawaweb.com/blog/apa-itu-marketplace/>.
- Untari, Dhian Tyas. (2018). *Metodologi Penelitian : Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Purwokerto: Pena Persada.
- Utami, Setyaningsih Sri. (2010). "Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis". *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 8(1), 62.
- Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Widyana. (2020). "Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Impulse Buying Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*: IAIN Metro.
- Zainal , Veithzal Rivai. dkk. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara