

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2007). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* .
- Andjarwati, N. A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian . *Bisnis dan Manajemen Islam*.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ayu, I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Online Store Media Sosial dengan Self Control sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Syariah*.
- Budi, T. P. (2006). *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Fauziyah, N. U. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Pola Konsumsi Islami, dan Promosi Penjualan (Sales Promotion) terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Ekonomi Syariah*.
- Fitriani, A. (2016). Peran Religiusitas dalam Meningkatkan Psychological Well Being. *Psikologi*.
- Gunawan, R. A. (2020). Perilaku Impulsif Buying dan Interaksi dalam Pembelian di Masa Pandemi . *Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*.
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Akuntansi*.
- Hendryadi, S. d. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup.
- Indonesia, D. (2022, Juli 08). Retrieved from Data Beralihnya Tren Belanja Masyarakat ke Ranah Daring: <https://dataindonesia.id/digital/detail/beralihnya-tren-belanja-masyarakat-indonesia-ke-ranah-daring>
- Indonesia, U.-U. R. (2008). Retrieved from Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia, U.-U. R. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11* . Retrieved from Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Jalaluddin. (2019). *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

- Kumalasari, A. E. (2017). ., Pengaruh Faktor Relatif dan Kontekstual terhadap Perilaku Pembelian Konsumen dengan Religiusitas sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Fashion Busana Muslim di Semarang). *Manajemen*.
- M., K. d. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea melalui Televisi (Studi Pada Siswa SMA Negeri 9 Manado). *Acta Diurna*.
- Mahfudzi, E. D. (2020). Gaya Hidup Hedonisme dan Impulse Buying pada Mahasiswa. *Ecopsy*.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, S. (2015). *Perilaku Konsumen* . Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing .
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: WADE Grup.
- Rahmat A, A. d. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Ekonomi Syariah*.
- Rahmat, M. (2018). *Manajemen E-Commerce*. Bandung: Informatika.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Made Easy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, E. (2016). *Statistik Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- S., A. D. (1994). *Psikologi Islami*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sa'dyah, C. (2007). *Ekonomi 2 untuk Kelas XI SMA dan MA*. Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Saetiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi.17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Indeks.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syamsul, A. B. (2015). *Psikologi Agama*. Bandung: Pustaka Setia.
- Taufik. (2020). *Psikologi Agama*. Mataram: Sanabil.
- Triwibowo, I. H. (2018). *Analisis Menggunakan SPSS dan EXCEL Panduan Pengolahan Data Penelitian untuk Skripsi / Tesis*. Bandung: Informatika.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yuniarto, R. K. (2016). *Analisis Regresi*. Jakarta: Kencana.
- Zulganef. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Rafika Aditama.