

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimin dan Muhammad. 2004. *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Angipora, Marius P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aqliyah Dewi. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Harga dan Produk Terhadap Pembelian Impulsif Dalam Belanja Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Skripsi UIN Raden Intan. diakses pada 16 Oktober 2017, Pukul 14.00 WIB.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif (Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta : Prenda Media Grup.
- Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Dyatmika, I Gde Made Dharma Tatwa dan Ida Bagus Sudiksa. *Pengaruh Promosi dan Pelayanan Ritel Terhadap Pembelian Impulsif di Ramayana Mall Denpasar*. diakses 20 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB.
- Faulidi, Haris. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta : Magistra Insania Press.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Gitaningmamba, Adhyta Wulan. 2013. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying studi kasus pada toko Lois Jeans Kota Kasablanka Periode Januari – Maret 2013*. Jakarta: Jurnal, diakses 19 Oktober 2017, Pukul 13.00 WIB.
- Hanson, Ward. 2000. *Pemasaran Internet*. Jakarta: Salemba Empat.

- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Semarang: Universitas Diponegoro, Skripsi tidak diterbitkan. diakses 6 Juni 2017, Pukul 07.00 WIB.
- Hartono. 2008. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hasanah, Uswatun. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Penjualan Online*. Semarang: UIN Walisongo, Skripsi tidak diterbitkan. diakses 20 Oktober 2017, Pukul 16.00 WIB.
- Hestanto. *Teori Online Shop Menurut Beberapa Ahli*. dalam [www.hestanto.web.id/online/shop](http://www.hestanto.web.id/online/shop) diakses 14 Oktober 2017, Pukul 12.23.
- Hidayat, Eko Wahyu. 2016. *Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying*, (Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah. diakses 1 Desember 2017, Pukul 12.00 WIB.
- Isoparmo. *Data Statistik Pengguna Internet Indonesi Tahun 2016*. dalam <http://isoparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/amp> diakses 1 Juni 2017.
- Istiyanto, Budi, C.Hendratmoko dan Hestin Mutmainah. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil di Surakarta*. diakses 11 Oktober 2017.
- J.Stanton, William. 1989. *Prinsip Pemasaran Jilid 1*, terj. oleh Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Jamaludin, Achmad. Zainul Arifin dan Kadarismasn Hidayat. *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. diakses 9 Oktober 2017.
- Kharis, Ismu Fadli. 2011. *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Semarang: Universitas Diponegoro, Skripsi tidak diterbitkan. diakses 22 Oktober 2017, Pukul 14.00 WIB.
- Khoiroh, Zainatul. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Tulungagung: Skripsi IAIN. diakses 15 Oktober 2017, Pukul 13.00 WIB.
- Kotler, Philip. 1987. *Principles Of Marketing*, terj. Wilhelmus W.Bakowatun. Jakarta: CV Intermedia.

- Kristanto, Andri. 2003. *Perencanaan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta : GAVA MEDIA.
- Loudon. *Pengertian E-Commerce Menurut Para Ahli Terlengkap*. Dalam <http://www.spengetahuan.com/2015/12/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli-terlengkap.htm>. diakses 11 Oktober 2017.
- Manggasih, Febrisa Pawestri, Widiartanto dan Bulan Purbani. 2014. *Pengaruh Discount, Merchandising, Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying*. Semarang, Jurnal, diakses pada 17 Oktober 2017, Pukul 14.00 WIB.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama.
- Mannan, Muhammad Abdul. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Marzuki. 1991. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : UII.
- Mowen, J. C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhamad. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, Hadari. 2012. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Priyanto, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20.0*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Purba, Bertha Desviani dan Citra Kusuma Dewi. *Pengaruh Online Store Melalui Browsing Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online studi pada Lazada.CO.ID*. diakses 11 Oktober 2017, Pukul 19.00 WIB.
- Qardhawi, Yusuf. 2004. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta : Robbani Press.
- Razak, Darmianti. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Terhadap Produk Oriflame PT Orindo Alam Ayu di Kota Makasar*. Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin. diakses 17 Oktober 2017, Pukul 14.00 WIB.

- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Ristiana, Novia dan Jerry Justianto. *Analisa Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop S-Nexian Melalui Facebook*. diakses 11 Oktober 2017.
- Setiaji, Bambang. 2003. *Konsumenrisme* Akademika, No.1 Tahun XIII. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsono, Puguh. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofis dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sutedjo, Budi. 2001. *Perspektif e-Business*. Yogyakarta: Andi.
- Suwarman, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- dan Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.
- 2002. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Tanzeh, Ahmad dan Suyitno. 2006. *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (el KAF).
- Tulus, Winarso. 2002. *Statistika Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Jakarta : Press.
- Wahyono, Teguh. 2004. *Sistem Informasi Konsep Dasar, Analisis Desain dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.