

DAFTAR PUSTAKA

- A Rahman Sahli. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dengan Loyalitas Sebagai Variabel Intervening*.
- Agustianti, A. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Pengaruh Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jimeis*, 2(April), 88–97. <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimeis/index>
- Aisyah, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Air Minum Tirta Mangkaluku Kota Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 17–24. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.343>
- Andriansyah, A., & Mahmud. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM PERCETAKAN DIGITAL DI KECAMATAN SENEN JAKARTA PUSAT* Alfin. 7(2).
- Asiva Noor Rachmayani. (2021). *Pengaruh Price Discount, Shopping Lifestyle Dan Consumer Trust Terhadap Impulse Buying Pada Situs Marketplaces Shopee (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Pengguna Aplikasi Shopee)*. 6.
- Ayu, L. (2024). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI KOTA PEKANBARU*.
- Bella, Y., Suhendri, H., & Ningsih, R. (2019). Peranan Metode Pembelajaran The Power Of Two Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika. *Jurnal Mercumatika : Jurnal Penelitian Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 3(2), 129. <https://doi.org/10.26486/jm.v3i2.821>
- Destiani, T., Zainuddin, M., & Ode Abdul Manan, L. (2020). Pengaruh Penjualan Secara Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Kendari (Studi Kasus Pada Toko Busana “Emmy Hijabku”). *SULTRA Journal of Economic and Business*, 1(1), 92–114.
- Dirgantara n, M. (2019). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Matahari Departemen Store Mall Panakukang Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Di Kota Makassar. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 7–105.
- Elizabet Desi Astuti, & Saring Suhendro. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 340–356. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2407>
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Handrian, N., & Soliha, E. (2022). Keputusan pembelian: peran price discount, lifestyle, dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 348–355. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2164%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/2164/1427>

- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Indriawan, B. M., & Santoso, I. H. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 905–914. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3368>
- Iqbal, M. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MALACCA KOPI PADANG*.
- Jamjuri, Ramdansyah, A. D., & Nupus, H. (2022). Pengaruh Merchandising dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Positif Sebagai Intervening. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(2), 171–181. <http://dx.doi.org/10.30656/intech.v8i2.4837>
- Laoli, M., Ndraha, A., Telaumbanua, Y., & Indah Laoli Ayler Ndraha Yasminar Telaumbanua, M. B. (2022). Implementasi Sipd Dalam Pengelolaan Keuangan Daerah Di Pemerintah Kabupaten Nias (Studi Kasus Bpkpd Sebagai Leading Sektor Penganggaran) Sipd Implementation in Regional Financial Management in Nias District (Case Study of Bpkpd As the Leading Budgeting Se. *Emba*, 10(4), 1381–1389.
- Larasati, K. L. D., & Yasa, N. N. K. (2021). the Role of Positive Emotion in Mediating the Effect of Price Discount on Impulse Buying Indomaret Customers in Denpasar City, Indonesia. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 6(2), 81–95. <https://doi.org/10.46827/ejmms.v6i2.1009>
- Leni Anggriani, N., & Hamali Yusuf, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada Pt Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *Journal of Management*, 3(Juni), 14.
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1482–1491. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491>
- Maulana, R. P. N., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian pada Bunga Swalayan Sampang. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(01), 74–83. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i01.417>
- Mertaningrum, N. L. P. E., Giantari, I. G. A. K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. (2023). Perilaku Belanja Impulsif Secara Online. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 605–616. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.70463>
- Nafira, S., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian ditinjau dari Electronic Word of Mouth, Impulse Buying, Brand Image dan Label Halal Produk MS Glow pada Generasi Millennial dan iGeneration. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.58794/bns.v2i1.97>
- Natalia Celline, Guard, B., Faisal Mirza, D., Harahap, N., Ekonomi, F., Prima Indonesia, U., & Medan, P. (2024). The Effect Of Sales Promotion, Personal Salling And Customer Confidence On Purchasing Decisions On Pengaruh Promosi PT Sukses Maju Bangunan Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 839–851. <http://journal.yrpicpu.com/index.php/msej>

- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1495–1514. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.198>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 99–111. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23675>
- Purba, E., Pratolo, A. K., & Arafah, W. (2024). Pengaruh Shopping Enjoyment terhadap Impulse Buying yang Dimediasi oleh In-Store Browsing pada Zalora.co.id di Kalangan Generasi Y. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 15433–15439. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.14571>
- Purwaningsih, A. G., & Nurhadi. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Gender Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 10(2), 159–167.
- Putri, R. andika, & Winarno. (2019). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan in Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Chandra Pringsewu Tahun 2016. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10(01), 28–43.
- Rafi, F., & Hermina, N. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2252–2258. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1857>
- Rahmawati, Y. (2021). :*Pengaruh Impulse Buying Terhadap 1 Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Shopee*. 1–16.
- Ramadhan, A., Neldi, M., & Putra, R. B. (2024). *KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT . PGAS SOLUTION AREA RIAU organisasi yang telah ditetapkan . Sumber daya manusia yang baik akan membantu organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara maksimal (Muslimat & Wah. 1(1), 27–35.*
- Ramadhona, R. (2023). *Pengaruh Price Discount Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pada MarketPlace Tokopedia Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Generasi Z di Sukoharjo)*. universitas islam negri raden mas said.
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Jurnal Economina*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1167>

- Setyorini, D. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Beli Pelanggan pada Platform E-commerce di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 73–78. <https://doi.org/10.54082/jupin.266>
- Sugeng, R., Sebriani, R., Muliana, M., Syamsuddin, S., Abbas, M., & Hadrianti, V. (2024). Analisis Pengaruh Bi Rate Dan Inflasi Terhadap Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2017-2020. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 166. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12087>
- Supriatna, H. (2024). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (Studi pada UMKM Kicimpring Saung Kuring di Desa Kertaraharja Panumbangan Ciamis)*. Universitas galuh.
- Susanti, W., Mardani, Malavia, R., & Normaladewi, Andi. (2023). Pengaruh Impulse Buying, Harga Dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019- 2020 di Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1400–1406. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Sya'diyah, H., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4538–4552. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1751>
- Syaiful, R. I., Zulkarnain, Z., & Kornita, S. E. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen Yakult Di Kota Pekanbaru. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(4), 414–425. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v10i4.1746>
- U. Azizah, & F. (2023). (2023). PENGARUH LOYALITAS DAN KOMITMEN TERHADAP .id PENGHARGAAN NASABAH PADA BANK BJB KCP CIKAMPEK. *Journal Manajemen Dan Bisnis*, 6,no.1, 11–18. <file:///C:/Users/USER/Downloads/2804-Article Text-8118-1-10-20230629.pdf>
- Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*.
- Welsa, H., Cahyo, A. D., & Saputri, W. (2022). Pengaruh price discount dan sales promotion terhadap keputusan pembelian dengan impulsive buying sebagai variabel intervening. *Kinerja*, 19(1), 122–130. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10819>
- Wijana, I. M. M., & Nandya Oktora Panasea, I. G. (2023). Pengaruh Price Discount Terhadap Online Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(04), 687. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i04.p09>
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11.
- Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>

- Yuniawati, Y., Sutrisna, A., & Wibawa, G. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada WIFT Indonesia (Survei Pada Konsumen Kemeja Wift Indonesia Tasikmalaya). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 109–118. <https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6174>
- Yuzairi, R., & Aguss, R. M. (2022). Journal of Physical Education (JouPE) PENGARUH LATIHAN SHADOW DRILLING MENGGUNAKAN SHUTTLECOCK TERHADAP KETEPATAN PUKULAN SMASH PADA. *Journal of Physical Education (JouPE)*, 3(2), 6–12.
- Zahara, R. (2019). Pengaruh sales promotion terhadap impulse buying konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 39–44. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.46>