

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Ningsih, M. SUTOMO, and I. SANTI, “Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Hypermart Di Kota Palu,” *J. Ilmu Manaj. ...*, vol. 6, no. 3, pp. 243–251, 2020, [Online]. Available: <https://jimutuntad.com/index.php/jimut/article/view/206>.
- [2] E. Manajemen, “PENGARUH STORE ENVIRONMENT TERHADAP RESPON EMOSI POSITIF DAN IMPULSE BUYING YANG DIMODERASI SITUATIONAL FACTOR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Perkembangan jaman yang semakin pesat membuat bisnis dala,” vol. 8, no. 4, pp. 2071–2097, 2019.
- [3] C. P. Widayatma and S. P. Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal),” vol. 7, no. 3, pp. 25–38, 2018.
- [4] B. P. Hartaroe, R. M. Mardani, and M. K. Abs, “Prodi manajemen,” pp. 82–94, 2016.
- [5] M. Trihudyatmanto, “Analisa Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Terhadap Impulse Buying Melalui Emotional Response Sebagai Variabel Intervening,” *J. Econ. Manag. Account. Technol.*, vol. 3, no. 2, pp. 136–

- 146, 2020, doi: 10.32500/jematech.v3i2.1300.
- [6] M. D. Store and S. L. H. V. J. Lopian, “Dampak Discount, Brand Image Dan in Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Pt. Matahari Departement Store Mantos 2,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 8, no. 3, pp. 124–133, 2020, doi: 10.35794/emba.v8i3.29545.
- [7] E. Termini *et al.*, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” vol. 21, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [8] P. T. Niaga, F. Ekonomi, U. N. Surabaya, P. T. Niaga, F. Ekonomi, and U. N. Surabaya, “PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN HYPERMART ROYAL PLAZA SURABAYA Roudhotuz Zahroh Tri Sudarwanto,” vol. 9, no. 1, pp. 1111–1117, 2021.
- [9] A. Rifai, F. Ekonomi, U. Sains, A.- Qur, and U. Jawa, “Sapuran Wonosobo,” vol. 1, no. 2, pp. 281–289, 2020.
- [10] M. Y. Fauzan, “Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Impulse Buying (Studi Empiris Indomaret Kota Palembang),” *J. Keuang. dan Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 118–141, 2013.
- [11] N. L. P. A. P. Maharani and N. W. Ekawati, “Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Clothing Online Melalui Instagram,” vol. 8, no. 9, pp. 5672–5701, 2019.

- [12] Novianti, Endri, and Darlius, “Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan,” vol. VIII, no. 1, pp. 90–108, 2018.
- [13] H. Umar, “Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Penerbangan Low Cost Carrier Factors Affecting Customer ’ s Satisfaction on Low Cost Carrier Flight,” vol. 1, no. 2, pp. 127–138, 2014.
- [14] I. W. Ogi, S. Moniharapon, and F. Diza, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado),” vol. 4, no. 1, pp. 109–119, 2016.
- [15] A. A. Wirawan, H. Sjahrudin, and N. Razak, “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffe di Kabupaten Bone,” vol. 1, no. 1, 2019.
- [16] A. Satria and O. Trinanda, “Pengaruh Promosi dan Website Quality Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Lazada di Kota Padang,” *J. Ecogen*, vol. 2, no. 3, p. 463, 2019, doi: 10.24036/jmpe.v2i3.7418.
- [17] R. W. Thuku, I. O. Abiero, and D. Juma, “Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Employe Enggagement,” vol. 5, no. 9, pp. 1500–1506, 2016, doi: 10.21275/ART20161665.
- [18] L. Suriani, “IMPULSE BUYING KARYAWAN DI PT . TRANSINDO JAYA BAHARI MAUMBI MANADO EFFECT OF COMPENSATION , WORK DISCIPLINE AND WORK ETHICS ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN PT . TRANSINDO JAYA BAHARI MAUMBI

MANADO,” vol. 6, no. 4, pp. 2188–2197, 2018.