

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, E. V. (2021). Relationship of Conformity with Adolescent Impulsion Buying Behavior on Fashion Products in Marketplace with Self-Control as a Moderating Variable. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 9(2), 133–143. <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v9i2.22523>.
- Afnina, Y. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*, VOL 9, NO 1 ANUARI 2018 (21-30) .
- Agung, S. &. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi (Studi Pada Warkop Bundu Balai Aroepala di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Bongaya*, , 7(1), 1-10.
- al, D. E. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widiana Bhakti Persada.
- alisa, F. R. (2022). Mindfullness dan impulsive Buying pada dewasa awal yang melakukan belanja online selama pandemi covid-19. *Jurnal Sosial ekonomi dan Humaniora*,, 8 (2), 274-281.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran &PemasaranJasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ariani. (2020). *good governce dalam perspektif*.
- Asti, E. &. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen . *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* , 1(01), 1-14.
- Azwar. (2020). *good governce dalam perspektif kualitas pelayanan*.
- Baskara, I. B. (2018). PENGARUH POTONGAN HARGA (DISCOUNT) TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERPENGARUH POTONGAN HARGA (DISCOUNT) TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPULSE BUYING)(studi pada pengunjung Matahari Department StoreJohar PlazaJember.
- Carmelia Cesariana, F. J. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN(LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN. *jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 221-224.
- Fasyini, A. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Impulse Buying . *Jurnal Ekonomi Bisnis Kewirausahaan*, 10(2), : 175.
- Fasyni, A. A. (2021). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Impulse Buying.

jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan, 10(2): 175.

- Fauziah, N. &. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image*. 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Qiara Mesia.
- GUSTINA, C. (2024). PENGANGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAOPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN . *E-JOURNAL AL-DZAHAB*, 71-80.
- Hamirul. (2020). *good govercnce dalam perspektif kualitas pelayanan*. CV.Pustaka Learning center.
- Haryanti, N. a. (2019). Strategi service quality sebagai media dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Journal of Sharia Economics*, , 1(2), pp. 101-128.
- Hikmah. (2020). pengaruh harga, promosidan kualitas produk terhadap pembelian impulsif di kota Batam. *Journal of bisnis and economics research(JBE)*, VOL 1, NO 2, Hal.173-179.
- Hikmah. (2020). Pengaruh Harga,Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 173-179.
- I Kadek Rupayana, I. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth terhadap keputusan pembelian pada produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *jurnal widya amrita, jurnal manajemen, kewirausahaan dan pariwisata* , 233-247.
- Indryawati, L. P. (2022). Analisis SWOT erhadap Strategi Pemasaran Syariah Pada WM Boutique di Kabupaten Gowa. *LABATILA. : Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(02),128-142.
- Jeany, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*,, 7(3), 330–341.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media. *Jurnal Valuta*, Vol. 04, No. 01.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Pada Media. *Jurnal Valuta*, Vol. 04, No. 01.

- Karim, A. A. (2023). Gojek accelerate economic recovery through the digitalization of MSMEs in Makassar. *The Winners*,, 24(1). <https://doi.org/10.21512/tw.v24i1.9388>.
- Keller, K. (2020). *strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity. 5th Edition*. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P. &. (2018). Principles of marketing (17 th ed.). *New Jersey : Pearson Prentince Hall*.
- Kotrler, P. (2018). Principles of marketing (17 th ed). *New Jersey : Person Prentince Hall*.
- Krisdayanto, I. H. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*,, 4(4).
- Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Lampung: universitas islam negeri raden intan lampung*.
- Ling, T. S. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor . *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan (JIPKES)*, Vol.01, No.01.
- Lontoh, P. D. (2021). The Influence Of Word of Mouth And Social Media Marketing On Customer Purchase ntention at Msmes Coffe Shops In Manado. *Jurnal EMBA*, Vol . 9 No . 3 Juli 2021 , Hal . 1829 - 1837. 9(3), 1829–1837.
- Maddatuang, B. S. (2020). *langkah Mewujudkan Insan Cita Pandangan Lintas Disiplin*. . Penerbit Qiara Media.
- Mandagi, V. K. (2018). Pengaruh Brand mage Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 6, No.4, pp. 54-61.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Meto, Y. F. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA JUPITER MX 150 PADA DEALER HASJRAT ABADI KUPANG. *JURNAL EKONOMI*

DAN ILMU SOSIAL, 4(1-Feb), 167-183.

- Millenia Wardhani, Z. (2022). Pengaruh Harga, Shopping Lifestyle, Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shop (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(e-ISSN: 2461-0593), 1–16.
- Murti, T. (2019). Pengaruh brand image, promosi dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi pendidikan ekonomi. *Jurnal Edunomic*, 7, 7(2).
- Nida Nur Anbiya, & A. (2022). Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(2), 130–137. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i2.555>.
- Nurfauzi, A. (2024). pengaruh diskon harga, kualitas produk dan belanja hedonis terhadap pembelian impulsif. *ekonomia*, vol 10, no. 3.
- Nurhalim, A. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE GOJEK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS EFEK COVID 19 KONSUMEN KARAWACI TEGAL BARU TANGERANG) . *JURNAL BINA MANAJEMEN* .
- Nurlinda, A. R. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion. *Journal of Advences in Digital Business and Entrepreneurship*, 46-61.
- Pande Wiguna, W. W. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Visual Merchandising dan Creative Promotion Terhadap Impulse Buying Minyak Kutuskutus Di Denpasar. *jurnal ilmiah manajemen & bisnis*.
- Poluan, F. J. (2019). The Influence Of Hedonic Shopping Motives And Sales Promotion On Consumer Impulse Buying AtMatahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 113.
- Pranoto, D. (2019). Kecenderungan pembelian impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta. *Jesya : Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* , hlm. 241.
- Prawiro. (2018). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan contohnya.
:Diambildari:<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html> (20 Juli 2021).
- Puput Indrasih, Y. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa). . *JURNAL*

MANAJEMENDAN BISNIS .

- Purnama, D. &. (2019). Pengaruh citra merek ,word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di wakul suroboyo. *Dheras Risky Purnama*, 8, 1-18.
- Purwanto, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253.
- puspita, a. (2022). the influence of e-wom and price discount of impulse buying at e-commerce users in pekanbaru. *Jurnal Ilmiah*.
- Putri, N. A. (2021). Pengaruh brand knowledge dan hedonic shopping value terhadap impulse buying dengan positive emotion sebagai moderasi. . *Simba*, 2(4), 15.
- Putri, N. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>.
- Rifani, A. P. (2019). Pengaruh Potongan Harga dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Di Sandang Ayu Pasuruan.
- Ririn, R. (2020). *buku monograf pengendalian kualitas*.
- Riyanto, K. &. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, KualitasProduk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, , 1(01), 30–37.
- Rusyidi, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sahabuddin, D. R. (2021). *Pengantar Statistika*. Liyan Pustaka.
- Salim, A. M. (2024). Integrating Environmental Resilience-Based Spatial Utilization for Eco-Industrial Park:Sustainable Industrial Development. *Migration Letters*, , 21(1),.
- Siswanto, H. &. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Word of Mouth Terhadap keputusan Pembelian Ayam Geprek Pada Preksu di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1),93–96.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*,, 13(2), 249–258 <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>.
- Sualang, K. R. (2020). aktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Perizinan Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan*

Keuangan Daerah, , 21(2).

- Sunday Ade Sitorus, M. d. (2020). *"Brand Marketing: The Art Of Branding"*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran(Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS(Center of Academic Publishing).
- Taher, T. H. (2022). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Parfum The Body shop Body Mist Japanese Cherry Blossom Pada Toko The Body Shop Palangka Raya . *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.15 No.2 393-404.
- Taufan, R. ., (2023). Daya tarik kemasan peran lebelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk UMKM bidang kuliner di kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*.
- Udayani, N. M. (2022). pengaruh brand image, tata letak dan diskon terhadap impulse buying di matahari department store mall bali galeria. values, volume 3, nomor 1.
- Wahyuni, N. K. (2022). Activity-Based Costing Method as an Effort to Increase Profitability of PT. Anugrah. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*,, 4(2). <https://oi.org/10.17509/jaset.v14i2.456422>.
- Wijaya, B. (2018). Hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Puna buana yudha. *SkSS*.
- Winalda, I. T. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bebek SInjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 10, No. 01.
- Yasa, I. K. (2023). *Electronic Word Of Mouth,Brand Image dan Purchase Intention*. Cilacap: Media Pustaka indo.