

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 Aroeppala 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.
- Anggara, R. (2019). pengaruh pelayanan dan lokasi perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada pt sultan arba tour and travel medan.
- Anggito, A. S. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak.

Ariani. (2020). *good governce dalam perspektif*.

Arrahma Elian Tania¹, H. H. (2022). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*. Universitas Bina Taruna
Gorontalo: : Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi dan Pelayanan Publik.

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*.

Belch, G. E. (2018). *Advertising and promotion* .

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.

- Duryadi. (2021). *Buku Ajar, Metode penelitin ilmiah penelitian empiris metode path analisis dan analisis mengguna smart pls* . j. t. santoso: yayasan prima agus tekhnik.
- Ezpinoza Juanillo, N. C. (2018). *metode penelitian*.
- Fadhilah, N. S. (2018). Pengaruh evektifitas iklan kue oleh oleh khas artis surabaya patata pada media online instagram terhadap minat beli konsumen .
- 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.
- G., F. T. (2011). *Service Quality and Satisfuction edisi tiga*. Yogyakarta: andi.

Ghozali, I. d. (2020). *Partial Least Square Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: undip.

Gusmar, R. A. (2020). *Administrasi Layanan Khusus*.

GUSTINA, C. (2024). PENGANGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAOPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN . *E-JOURNAL AL-DZAHAB*, 71-80.

Hafiduddin, M. (2023). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada suatu layanan purna jual motor honda. *home of management bussiness journal*, 40.

Hamirul. (2020). *good goverance dalam perspektif kualitas pelayanan*. CV.Pustaka Learning center.

Hardiyansyah, H. (2018). kualitas pelayanan publik:konsep, dimensi,indikator,dan implementasinya. *GAVA MEDIA*.

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, promosi dan 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.
- Indriani, S. S. (2019). Analisis interaksi simbolik pada konten ofensif iklan grab. *PROTVF*, 81-100.
- Indryawati, L. P. (2022). Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran Syariah Pada WM Boutique di Kabupaten Gowa. *LABATILA. : Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(02), 128-142.
- Izzudin, Z. N. (2024). peran inovasi menu makanan, promosi media sosial dan persepsi harga terhadap pembelian impulsif pelanggan. *Al-Qalam jurnal ilmiah keagamaan dan kemasyarakatan* , 18(2) 8.
- 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).

Kusumastuti, D. (2015). Kajian terhadap kebijakan pemerintah dalam pemberian subsidi disektor perumahan. *yustisia jurnal hukum* , 541- 557.

Latief, A. (2018). Analisis pengaruh produk , harga , lokasi, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe. *jurnal manajemen dan keuangan*, 90-99.

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*.

LESTARI, W. H. (2024). ANALISIS FAKTOR PRIBADI KONSUMEN SEBAGAI PENGARUH PERILAKU BELANJA DARING PRODUK SAYUR ORGANIK MELALUI PLATFORM DIGITAL MARKETING . *ARGOETEKNOLOGI DAN AGRIBISNIS*, 8(1) 5.

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.

Mileva, L. &. (2018). Pengaruh sosial media marketing terhadap keputusan pembelian. *jurnal administrasi bisnios*, 181-189.

Millenia Wardhani, Z. (2022). Pengaruh Harga, Shopping Lifestyl, 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).

Nabilah, S. (2019). *Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada aroma bakery dan cake medan*. medan: universitas medan area.

- 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>.
- Nurchahaya, A. W. (2017). PENGARUH IKLAN PADA MEDIA TELEVISI TERHADAP MINTA BELI . *JURNAL MANAJEMEN UNAD*, 5660-5692.
- Nurfauzi, A. (2024). pengaruh diskon harga, kualitas produk dan belanja hedonis terhadap pembelian impulsif. *ekonomia*, vol 10, no. 3.
- Nurhadi, N. (2020). KONSEP PELAYANAN PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *EKONOMI DAN BISNIS* , 137- 150.
- Nurhadi, N. (2020). KONSEP PELAYANAN PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 137-150.
- 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 At Matahari 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.
:Diambil dari: <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html> (20 Juli 2021).
- Prayuda, A. G. (2019). Pengaruh citra rasa , lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian kepada kafe abah jl. dahlia kota baru.
- 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>.

putri, R. (2020). *Pengaruh iklan , harga , lokasi dan pelayanan karyawan terhadap minat beli konsumen pt. cakra adi dharma kotapinang labuhanbatu selatan*. kotapinang.

Rahmad Solling Hamid, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. In Abiratno, S. Nurdiyanti, & A. D. Raksanagara (Ed.), *Juni 2019 (1 ed., Vol. 4, Nomor 1)*. PT Inkubator Penulis Indonesia. PT Inkubator Penulis Indonesia.

- Rasyid, H. A. (2018). *Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap[keputusan pembelian sepeda motor yamaha . dikota tanggerang selatan.*
- Ridha, N. (2017). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Paradigma Penelitian. Hikmah, 9.*
- Rifai, A. ((2015)). *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga. Al-Maktabh, , 14, 5.*
- 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.*
- Rizaldi, R. O., Bakkareng, & Hadya, R. (2021). *pemgaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pt honda gajah motor cabang khatib sulaiman kota padang. 754-767.*
- Rusyidi, A. (2018). *Manajemen Pemasaran.* Bandung: Alfabeta.
- Sahabuddin, D. R. (2021). *Pengantar Statistika.* Liyan Pustaka.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian (T. Koryati (ed.); 1 ed.). KBM Indonesia.* KBM Indonesia.

- Salim, A. M. (2024). Integrating Environmental Resilience-Based Spatial Utilization for Eco-Industrial Park:Sustainable Industrial Development. *Migration Letters*, , 21(1),.
- Sari, R. F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada dsruput lapai padang . *pendidikan tambusai*, 1801-1812.
- Sari, S. P. (2020). Hbungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *ilmiah psikologi*, 147.
- 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).
- Suarmaja, I. B. (2024). Hedonism atau Utilitarianism yang paling berpengaruh dalam memdiasu atribut produk terhadap keputusan pembelian implisif dizalora. *manajemen*, 10(1) 6.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Bandung: Alfabeta.
- Suharto, C. A. (2016). analisis citra merek , harga dan daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen pada pt, remaja jaya mobilindo manado. *jurnal riset ekonomi manajemen bisnis dan akutansi*.
- 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.
- Supriyati. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Handbook of Market Research, . 27.
- Suriani, S. &. (2018). pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Eproceedings of management*.
- 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 Makasar. *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.
- Yudira, K. N. (2022). Pengaruh store atmosphere quality product dan harga terhadap minat beli dipasar buah sudirman kota pekanbaru . *ECONOMIC ACCOUNTING AND BUSINESS*, 16-26.