

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. ALFABETA.
- Amelia, A., Manurung, K. A., & Purnomo, D. B. (2022). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 128–138. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.935>
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. 14(1), 15–31.
- Aprilino Anlian, D., & Riyanto, K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Price Discount dan Sales Person Terhadap Implusive Buying. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 33–38. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1044>
- Arafah, N., & Indahingwati, A. (2019). Pengaruh pelatihan, kompensasi dan disiplin kerja terhadap prestasi kerja cv zulfa tailor surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2106%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/2106/2111>
- Astanto, D., Alif, J., Agni, D., & Amellinda, A. (2023). Upaya Perluasan Pangsa Pasar UMKM Dengan Strategi Pemasaran Langsung Di Desa Dahanrejo Kebomas Gresik. 3(1).
- Aulia, Q., & Rizal, A. (2024). Review On Purchase Intention In E-Commerce Shopee Pengaruh Price Discount , Online Customer Rating , Dan Online Customer Riview Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. 5(1), 364–376.
- Awaliyah, A. S., Iswiyanti, A. S., Rachmat, S. A., & Sidiq, A. F. (2023). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia. *Equilibrium Point : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 22–46. <https://doi.org/10.46975/ebp.v6i1.183>
- Azizatul, K. (2019). Peran Voucher Belanja dalam Mempertahankan Eksistensi Bisnis (Studi Kasus Business Center Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kediri). [IAINKEDIRI]. <https://etheses.iainkediri.ac.id/2280/>
- Azwari, A., & Lina, L. F. (2020). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 37–41. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098>
- Basyith, D. F. (2018). *Statistik*. Palembang: Diktat.

- Berman, B., and Evans, J. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Wijayanti, R., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif* (Edisi ketiga). Widyagama Press.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GHOZALI, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdiany, H. D., Utomo, C. W., Aryandha, P. N., & Jadi, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying. *JCOMENT (Journal of Community Empowerment)*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v3i2.257>
- I Komang Sukendra, S.Pd., M.Si., M. P., & Atmaja, I. K. S. (2020). Instrumen penelitian. In *Deepublish*. <https://penerbitdeepublish.com/instrumen-penelitian/>
- Istichanah, Y. Y. dan. (2023). Pengaruh Diskon , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 321–327. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.596>
- Ivo, O. A., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (. (2022). Pengaruh Sale Promotion dan Store Atmosphere terhadap Impulsive Buying dengan Positive Emotion sebagai Variable Intervening pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 756-771.
- Khamimah, W. (2020). Pelatihan, Pendampingan Dan Monev Etika Bisnis Saat Pandemi Covid-19 Di Koperasi Toko Kelontong Rungkut Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ke 6 LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta, November*, 157–164.
- Koranti, K., Noviyana, S., Sriyanto, S., & Aryani, N. I. (2024). *The Effect of Discount , Promotion , Hedonic Shopping Motivation , Shopping Lifestyle on Impulse Buying on Tiktok Shop Users*. 4(2).
- Kusumawati, N. M. W. A. P. dan N. P. A. (2021). The Influence of Product Innovation, Digital Marketing and Competitive Advantage in Improving the Marketing Performance of Small and Medium Industries in Bali. *Proceedings of the 2nd International Conference on Business and Management of Technology (ICONBMT 2020)*, 175. <https://www.atlantispress.com/proceedings/iconbmt-20/125956358>

- Machfoedz, M. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Manullang, & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Martini, E., & Hertina, D. (2023). Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulse Secara Online (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kecamatan Andir Kota Bandung). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2244–2251. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1845>
- Miftachul Jannah, & Siti Ning Farida. (2024). Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying pada Produk Make Over di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4643–4661. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2011>
- Milawati Anggraeni, E. (n.d.). *PENGARUH NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey Pada Peserta Didik Jurusan Pemasaran dan Akuntansi di MAK Daarul Abroor Cisayong)*. <http://repositori.unsil.ac.id/3101/>
- Mulyati, Diana Juni, Awin Mulyati, and A. P. (2019). Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT SDA Indonesia Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* 6 (1): 1–17.
- Nadaa Masicha, N., & Nathasya Br Sitepu, S. (2024). *Gorontalo ANALYSIS OF THE IMPACT OF HEDONIC SHOPPING IMPULSIVE BUYING*. 7(1), 15–25.
- Nasution, A. (2020). *Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA – MEDAN.
- Nawangsih dan Mashariono. (2017). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , KUALITAS LAYANAN , DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MAKMU SURABAYA* Nawangsih Mashariono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu, Jurnal Volume, Riset Manajemen*, 6(November).
- Nurdiansah, A. (2022). *PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE FOOD)*. 1(8), 1495–1514.
- Perwithasari, R., Atmaja, S., & Kartini, A. (2023). the Influence of Shopping Lifestyle and Price Discounts on Buying Impulse in Purchasing Fashion Products. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 216. <https://doi.org/10.31000/combis.v5i2.9649>
- Ghozali I (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit - UNDIP.

- Qibtiyah, Devira, Ratih Hurruyati, and H. H. (2021). The Influence of Discount on Repurchase Intention. *Advances in Economics, Business, and Management, Research* 187 (5): 385–89.
- Rugaya, S. (2015). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza pada PT. Hadji kalla cabang urip sumoharjo di kota makassar. *Ekonomi*.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167–179. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3841>
- Santoso, R. P., & Risan, R. (2023). the Influence of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Impulse Buying Behavior. *Journal of Humanities and Social Studies*, 1(3), 928–934. <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/index>
- Sari, A. K. (2020). Pengaruh Discount, Brand Image, dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying. *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(2), 199–211. <https://doi.org/10.22515/academica.v2i2.2251>
- Sihombing, D. O., & Sukati, I. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Life Style, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Shopee di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(2), 754–766. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.610>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *Cara Mudah Menyusun : SKRIPSI, TESIS dan DISERTASI*. Bandung : ALFABET.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardinata, Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Maksih Roastery Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 72–75. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C72>
- Syahrul Effendi, Faris Faruqi , Maya Mustika, R. S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan , Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 22–31.
- Tri Palupi Robustin, A. F. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA JEMBER. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*.

- Wahyudi MH, M. (2022). The Influence of Brand Image Service Quality and Store Atmosphere on Impulse Buying Behavior at Indomaret. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 20(1), 294–299. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/21889>
- Wijaya, P. (2016). Perancangan Sistem Pengolahan Kuesioner Penggunaan Laboratorium Stikom Bali. *Jurnl Sistem Informasi*, 10(2), 128–136.
- Yulita Amalia, R., & Fauziah, S. (2019). Perilaku Konsumen Milenial Muslim Pada Resto Bersertifikat Halal Di Indonesia: Implementasi Teori Perilaku Terencana Ajzen. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2), 200–218. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.960>
- Yusi Setiyana, S. W. (2019). Pengaruh kualitas produk, ekuitas merek dan gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk honda vario. *Ekonomi Dan Bisnis Dan Bisnis*, 978–979.
- Zaky, A. (2018). Manfaat Diskon Harga dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3, No.

