

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823-2841.
- Andrian., Putra, C. I. W. Putra, Jumawan, Nursal, M. F. 2022. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Anggarwati, D., Hermawan, A., & Rahayu, W. P. (2023). The Effect of Price Discount and Promotion on Impulse Buying Through Hedonic Shopping Motivation as An Intervening Variable on Shopee Consumers. *LITERACY: International Scientific Journals of Social, Education, Humanities*, 2(1), 34-49.
- Anggriani, R., Abdurrahman., Isra, D.K.I., & Sidharta, R.B.F.I. (2021). Pengaruh Sifat Materialisme terhadap Perilaku Impulsive Buying dan Kecenderungan Compulsive Buying Pada Remaja di Kota Mataram. *TARGET : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8 (1), 109-118
- Arbaiah, M., Pandjaitan, D. R., & Ambarwati, D. A. S. (2022). Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif pada Situs Marketplace Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), 55-65.
- Artana, I. W. P., Wisesa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar) I Putu Widya Artana. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 369-394.
- Amelia, Ratih. 2019. Pengaruh Cashback Dan Promo Buy One Get One Terhadap Impulse Buying Pada Luplup Bubble Drink Plaza Medan Fair. Lembaga Penelitian dan Pengadain masyarakat Politeknik Ungul LP3M Medan :Vol. 6 No.1.
- Anjarini, A. D., Mulyapradana, A., & Elshifa, A. (2021). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada UMKM Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 66-77.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.

- Dharmanto, A., Komariah, N. S., Handayani, M., Suminar, R., & Untari, D. T. (2019). Analysis of tourism preferences in choosing online-base travel agents in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(12), 3761-3763.
- Fatmawati, E. U., Hardati, R. K., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif Secara Online. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga dan Bisnis*, 11(1), 200.
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022, September). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. In *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan* (Vol. 12, No. 1, pp. 59-69).
- Hidayaty, N., Ginting, G., & Kurniawati, K. (2022). Pengaruh Relationship Quality, Brand Experience dan Desain Produk dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening terhadap Keputusan Pembelian Produk Peralatan Rumah Tangga. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 138–156. <http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- Ittaquillah, N., Madjid, R., & Suleman, N. R. (2020). The effects of mobile marketing, discount, and lifestyle on consumers' impulse buying behavior in online marketplace. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 1569-1577.
- Julianti, S. (2014). *The art of packaging: Mengenal metode, teknik, & strategi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Konsumen Penulis Andrian, P., Christophorus Indra Wahyu Putra, M. S., Jumawan, Ms., Fadhli Nursal, M. M., & Editor, M. (n.d.). *i I Perilaku Konsumen*.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. 2019. Pengaruh Diskon Pada Aplikasi e-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
- Latte, J., & Manan, A. (2022). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *INOVATIF*, 4(1), 35-44.
- Loudon Bitta dalam mahmudah diganti ke Nurudin, N. (2020). Analysis of the effect of visual merchandising, store atmosphere and sales promotion on impulse buying behavior. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 167-177.

- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Muharam, Hari., H. Chaniago, Mujito. 2023. Perilaku Konsumen. Banyumas: Wawasan Ilmu
- Muktafin, E. H., Kusriani, K., & Luthfi, E. T. (2020). Analisis Sentimen pada Ulasan Pembelian Produk di Marketplace Shopee Menggunakan Pendekatan Natural Language Processing. *Jurnal Eksplora Informatika*, 10(1), 32-42.
- Munandar, I. (2022). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Shopee Melalui Hedonic Shopping Motivation dan Utilitarian Value Sebagai Intervening (Survey pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 6(1), 1-13.
- Noor, Zulki Zulkifli. (2020). The Effect of Price Discount and In-Store Display on Impulse Buying. *Sosiohumaniora-Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol. 22, No. 2, Hal. 133 – 139
- Ozen, H., & Engizek, N. (2014). Shopping online without thinking: being emotional or rational? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26 (1), 78-93.
- Poluan, F. J., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (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.
- Ramadhan, D., Welsa, H., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Desain Produk dan Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian melalui Pembelian Implusif sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Tiktok Shop: Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2428-2443.
- Rifai, D., Fitri, S., Ramadhan, I. N., & Ramadan, R. (2022). Perkembangan ekonomi digital mengenai perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 49-52.
- Sari, C. S., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Fakultas
- Setyawati, N. W., PG, D. S. W., & Dharmanto, A. (2022). Analysis of Youth Entrepreneurship Development in Facing Era 5.0 Using SAST Method. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(4), 545-558.