

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(3).
- Agustianti, A. P. (2019). Pengaruh Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revi)*. Rineka Cipta.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (ke-9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Mnajemen Dan Bisnis (Performa)*, 19(01).
- Harahap, R. A., & Luthfie, H. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Telkom Cijawura Tahun 2020). *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2).
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Dimensi*, 8(1)

- Karim, N. U., Nisa, N. un, & Shahid, S. (2021). Investigating the Factors that Impact Online Shopping and Sales Promotion on Consumer' s Impulse Buying Behavior: A Gender-based Comparative Study in the UAE. *International Journal of Business and Administrative*.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: CV Fajar Mulya, 2009)
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane, 2012. *Marketing Management*, Prantice Hall.
- Laraswati, V., & Aziz, F. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Online Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswan Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(6),
- Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 2(4)
- Maulana, R. P. N., & Supriyono. (2021). Pengaruh Promosi dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bunga Swalayan Sampang. *STEI Ekonomi*, 30(01)
- Pancaningrum, E. (2017). Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1)

- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Impulse Buying dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Merek POND'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Economina*, 1(2)
- Salim, A., & Fermayani, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Departement Store Padang. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(3)
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1).
- Septiana, I., & Widyastuti, W. (2021). Pengaruh Sales Promotion, Product Quality, dan Hedonic Behavior pada Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet.26 ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, 2001, *Metode Penelitian*. Bandung : CV Alfa Beta.
- Surahman, E., Satrio, A., & Sofyan, H. (2020). Kajian Teori Dalam Peneitian. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(1)
- Sopiah dan Sangadj, Etta Mamang. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Valuta*, 3(2).
- Yulianti, Farida., dkk, 2012, *Manajemen Pemasaran CV. Budi Utama*

Zulkarnain, M. A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toko Buku Togamas Petra). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1)

Zulkarnain, M. A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toko Buku Togamas Petra). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).