

DAFTAR RUJUKAN

- Amelia, Desvi Putri, Muhammad Riza Firdaus, dan Rusniati. "Price, Halal Awareness, Halal Label, and Product Quality Effects on Purchase Decisions of Halal-Packaged Foods: The Mediating Role of Brand Image." *Jurnal Wawasan Manajemen* 13, no. 3 (2025): 274–289.
- Achmad Nurfauzi, Edy Purwanto. "Pengaruh diskon harga, kualitas produk dan belanja hedonis terhadap pembelian impulsif." *ekonomia* 10, no. 3 (2024): 31–39.
<https://ekomania.stiemahardhika.ac.id/index.php/ekomania/article/view/38/37>.
- Amelia Setyawati. *Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), n.d.
<https://books.google.co.id/books?id=h1W3EAAAQBAJ>.
- Angela, Veliana, dan Eristia Lidia Paramita. "PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSIF BUYING KONSUMEN SHOPEE GENERASI Z" 10 (2020): 248–262.
<https://ejournal.utmj.ac.id/ekobis/article/view/132/184>.
- Aprilia, Ferica, Trisha Gilang Saraswati. "Analisis Kesadaran Halal sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal Wardah di Kabupaten Pematang Jaya" 5, no. 1 (2021): 1128.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/980>.
- Azam, Ahmad Muflih, Rukin Rukin Luluk zahrotul Mauluddiyah, dan Aisafitri Anggi. *BUKU KUALITAS PELAYANAN DALAM MENJAMIN KEPUASAN PELANGGAN*. Penerbit Widina, n.d.
<https://books.google.co.id/books?id=0fhpEQAAQBAJ>.
- Daulay, Raihanah, Susi Handayani, dan Ika Purnama Ningsih. "Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulsif Buying Konsumen Department Store di Kota Medan" 1177 (n.d.).
- Effendy, Septian Irmawati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Impulsif Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Studi Kasus Pada E-Commerce Shopee." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5, no. 2 (2024): 8266–8279.
https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/5602?utm_source.
- Fely Eka Yuda Hasan Putra, Edy Kusnadi Hamdun, Ida Subaidah. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK AIR MINERAL MEREK KN DI SITUBONDO" 2, no. 7 (2023): 1398–1414.
- Gesty Ernestivita, Budiyanto, Suhermin. *Seni Digital Marketong Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif*. Diedit oleh Rintho R. Rerung. Bandung: PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA, 2023.
<https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/6090/1/059.pdf>.
- Hasbiah, S, A Anwar, I W Hasdiansa, dan A Bairizki. *Pengantar Metodologi Penelitian Bisnis*. Diedit oleh Ahmad Bairizki. Batu Layar: Seval Literindo

- Kreasi, 2024. https://books.google.co.id/books?id=_382EQAAQBAJ.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Diedit oleh UNITOMO PRESS. PERTAMA. SURABAYA: UNITOMO PRESS, 2019. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>.
- Ivanisa, Syabita. “Pengaruh Halal Awareness terhadap Kepuasan Pembelian.” *jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 8 (2016).
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Maharani, P K, I.G.A.K. Giantari, N M Purnami, dan M A Wardana. *IMPULSIF BUYING FASHION*. Diedit oleh MIKO ANDI WARDANA. CV. Intelektual Manifes Media, 2024. <https://books.google.co.id/books?id=z-kSEQAAQBAJ>.
- Muhammad Ujang Adi Setiawan, M M, dan P Adab. *Rahasia Layanan Prima dan Citra Kuat dalam Bisnis Resto*. Penerbit Adab, n.d. <https://books.google.co.id/books?id=ULaIEQAAQBAJ>.
- Nuri purwanto, Budiyanto, Suhermin . *Theory of Planned Behavior Implementasi perilaku electronic word of money pada konsumen Marketplace*. Diedit oleh Febi Akbar Rizki Fahrul Andriansyah. 1 ed. Malang: cv. literasi nusantara abadi, 2022. [https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/Theory of Planned Behavior.pdf](https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/Theory%20of%20Planned%20Behavior.pdf).
- Nurhanifah, Lisa, Luqman Hakim Handoko, dan Fahmi Syahbudin. “Pengaruh Halal Awareness, Islamic Branding, Perceived Quality dan Harga terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Wardah.” *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 4, no. 1 (2024): 1–15.
- Nurlaela, dan Mulyadi. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Discount Terhadap Impulsif Buying Pada PT Indomarco Prismaatama.” *cakrawala Ekonomi dan Keruangan* 31 (2024): 62–71.
- Pangestu, Riski, dan Muhammad Sholahuddin. “Pengaruh Kualitas Produk dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Implusif Busana Muslim dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” 5, no. 8 (2024): 4002–4021.
- Putriana. “Jurnal Asy-Syukriyyah.” *asy- syukriyyah* 23 (2022): 217–233.
- Ramdan, A M, L Siwiyanti, K Komariah, dan E Saribanon. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Widina, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=aPwXEQAAQBAJ>.
- Ratnasari, Ike, dan Indarwati. “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Impulsif buying” 3, no. 8 (2023): 677–684. <https://sostech.greenvest.co.id/index.php/sostech/article/view/909/1163>.
- Rokhmat Subagiyo. *Metode Penelitian Ekonomi Islam konsep dan penerapan*. Jakarta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2023.
- Suharyanto, Yosephine, Program Studi, Fakultas, Universitas Katolik, dan Darma Cendika. “Pengaruh Promosi , Kualitas Produk Dan Shopping Life style Terhadap Impulsif buying Behavior” 17 (2025): 45–64. <https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/view/702/402>.
- Sutrisna, Eris, dan Danis Wahyu, Billy Lazuardi. *Manajemen Pemasaran*. Diedit

- oleh M.M. Dr. Billy Lazuardi, S.E. Indonesia Emas Group, 2024.
<https://books.google.co.id/books?id=IqQrEQAAQBAJ>.
- Syafrida Hafni Sahir. *METODE PENELITIAN*. Diedit oleh Try Koryati. bantul: KBM INDONESIA, 2022.
- Tajudinnur, M, dan Ricky Ferdian. “PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN” 26, no. 2 (2022): 673–687.
- Tjahyadi, Indra. “Buku ajar metodologi penelitian (teori dan praktik).” CV Saba Jaya Publisher, 2024.
- V . T . N . Mentang ., I . W . J . Ogi ., S . J . C . Wangke . “Pengaruh Flash Sale Dan Tangle ‘ Gratis Ongkir ’ Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee di Universitas SAM Ratulangi) The Effect Of Flash Sale And Shopee ’ s " Free Shipping " TAG.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 12, no. 3 (2024): 1574–1584.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/58207>.