

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., & Pelawi, S. P. 2015. *Pengaruh promosi penjualan (sales promotion) dan belanja hedonis (hedonic shopping) terhadap impulsive buying produk Matahari Plaza Medan Fair*. Jurnal Quanomic, 3(2), 10-18.
- Andriani, L. A., & Harti, H. 2021. *Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif*. In Forum Ekonomi (Vol. 23, No. 3, pp. 454-462).
- Anggraeni, F., & Prijati. 2016. *Pengaruh promosi, diskon dan Impulse buying terhadap keputusan pembelian hypermarket PTC Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(7).
- Baskara, I. B. 2015. *Pengaruh potongan harga (discount) terhadap pembelian tidak terencana (Impulse Buying)(studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember)*. Manajemen Bisnis, 5(2).
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak, 11-57.
- Darim, A. 2020. *Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten*. Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 1(1), 22-40.
- Darmadi, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- 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), 1(1).

- Farisi, S., & Siregar, Q. R. 2020. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan*. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 3(1), 148-159.
- Ginting, F. F. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI)*.
- Gumilang, W. A., & Nurcahya, I. K. 2016. *Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping Dan Impulse Buying*. E-jurnal manajemen Unud, 15(3), 1859-1888.
- Heri, H., Sudarno, S., & Yusrizal, Y. 2022. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Martin Store Pekanbaru*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 3(4), 2486-2497.
- Kamalia et al. 2020. *MANAJEMEN KEPERAWATAN*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Kurniawan, D. 2013. *Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan shopping emotion sebagai variabel intervening studi kasus di Matahari department store cabang supermall Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran, 1(2), 1-8.
- Kurniawan, D. 2022. *MANAJEMEN BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PT. NIAT SUCI KE-BAITULLAH DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN TERHADAP PARA JAMAAH* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Margaretha, Y et al. 2021. *PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM RANGKA OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK KHAS TEMIYANG*. Prosiding SENAPENMAS, 35-42.

- Maujud, F. (2018). Implementasi fungsi-fungsi manajemen dalam lembaga pendidikan islam (studi kasus pengelolaan Madrasah Ibtidaiyah Islahul Muta'allim Pagutan). *Jurnal Penelitian Keislaman*, 14(1), 31-51.
- Maulidiyah, S. N., & Santoso, E. B. 2019. Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Business Center Sophie Paris Kota Batu). *Jurnal aplikasi bisnis*, 5(1), 37-40.
- Mubarok, R. 2019. *PELAKSANAAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN DALAM PENINGKATAN MUTU LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*. Al-Rabwah, 13(01), 27-44.
- Mulyana, M. 2019. *Strategi Promosi dan Komunikasi*. Universitas Terbuka
- Musfar, T. F, 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Niar, H et al. 2022. *DASAR-DASAR MANAJEMEN (SUATU PENGANTAR)*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA
- Purnamasari, N. 2022. *Strategi Pemasaran Kedai Kopi Oukla Pada Masa Pandemi Covid-19 di Sidoarjo Berdasarkan Analisis SWOT*. (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Rizki, V. L., et al. 2022. *Pengantar Manajemen (Konsep dan Tinjauan Teoretis)*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA
- Ruyatnasih, Yaya & Megawati, Liya. 2018. *Pengantar Manajemen: Teori, Fungsi dan Kasus*. Yogyakarta: Absolute Media

- Saputro, I. 2019. Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35-47.
- Sari, D. U. 2017. *Pengaruh Price Discount, Sales Promotion, dan In-Store Display terhadap Keputusan Impulse Buying pada PT. Matahari Departement Store Tbk. Panakkukang Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Selang, C. A. D. 2013. *BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Sudaryono. 2022. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta:Prenada Media.
- Sugianto, Y. M. N. 2016. Pengaruh Website Quality, Electronic Word-Of-Mouth, dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying pada Zalora. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 9.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &. D*. Bandung: Alfabeta.
- Sya'diyah, H., & Dwiridotjahjono, J. 2022. *Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia*. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10), 4538-4552.
- Julianti, D. 2022. *Pengaruh Price Discount dan E-Marketing Terhadap Impuse Buying (Studi Pada Konsumen Eiger Adventure Store Ciamis)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Galuh Ciamis
- Suryana, D., & Rizka, N. 2019. *MANAJEMEN PENDIDIKAN Anak Usia Dini Berbasis Akreditasi Lembaga*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP

- Tumanggor, S., et. al. 2022. *Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan)*. Jakarta: Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Wahyudi, S. 2017. *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying*. *Valuta*, 3(2), 276-289.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. 2020. *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144-154.
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu*. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10-22.
- Wilujeng, S. 2017. *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN INDOMARET DI KECAMATAN SUKUN KOTA MALANG*. *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang*, 457.