

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A, A. 2021. *Pengaruh Proce Discount Terhadap Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung)*. Tugas Akhir Pada Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Koputer Indonesia
- Anugrahdwi. 2023. *Pengertian Manajemen Pemasaran, Tujuan, Beserta Contohnya*. Sumatera Utara : Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
<https://pascasarjana.umsu.ac.id/pengertian-manajemen-pemasaran-tujuan-beserta-contohnya> Diakses tanggal 13-12-2023
- Arij, N, F. 2021. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee.co.id*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 10, No 6, Juni 2021
- Budianto, A. 2017. *Manajemen Operasional Studi Manajemen Operasi Industri, Jasa dan Publik*. Yogyakarta : Penerbit Ombak
- Elbadiansyah. 2023. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama)
- Terry, G, R. Dan Rue, L, W. 2021. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara. Edisi Revisi
- Hasim, M. dan Lestari, B, R. 2022. *Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopoedia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis. Vol 12, No 1, September 2022
- Kotler and Keller. 2017. *Marketing Manajemenet*. 15th Edition New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc
- Mulianingsih, D. 2018. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Di Online Shop (Survei Online pada Konsumen Zalora Indonesia di Kota Surabaya)*. Skripsi Pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
- Mustika *et. al.* 2023. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 21, No 1. Tersedia : <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>. [2023]
- Ngatno. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang : Cetakan Kesatu EF Press Digimedia. Edisi Pertama
- Noviasih, E. *et. al.* 2021. *Pengaruh Price Discoun Dan Kualitas Website Terhadap Impulse Buying Melalui Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening*. Journal of Management & Business. Vol 4, No 2,

- Tahun 2021. Tersedia: <http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability>.
Diakses tanggal 30-11-2023
- Purwandari, S. 2022. *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia
- Rusni, A dan Solihin, A. 2022. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Dsikon Harga, dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee*. Jurnal Ilmiah dan Bisnis. Vol 7, No 2, 2022. Tersedia: <https://journal.udiknas.ac.id/index.php/manajemen>. Diakses tanggal 30-11-2023
- Sarinah, dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CV. Utama.
- Shintia, R. 2021. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Mahasiswa Jurusan PIPS Angkatan 2018-2019*. Skripsi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi
- Solomon, Michael, R. 2017. *Consumer Behavior Buying, Having and Being*. London : Pearson Education Limited
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Cetakan Ke-19 Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Edisi Kedua, Cetakan Kesatu Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Cetakan Ke-27 Penerbit Alfabeta
- Suhardi. 2018. *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta : Penerbit Gava Media. Cetakan Kesatu
- Utami, C, W. 2017. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis ritel modern di Indonesia Edisi 3*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Widyana. 2020. *Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Impulse Buying Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi Pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro