

## DAFTAR PUSTAKA

- Angelita, A., dan Rachmi, A. 2021. *Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Impulse Buying di Miniso Lippo Plaza Sidoarjo*. Jurnal Aplikasi Bisnis. 7(2). 65-68.
- Anggraeni, et. al. 2016. *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang*. Jurnal Of Management. 2(2).
- Arya, G. R. W., dan Telagawathi, N. L. W. S. 2021. *Efek Keragaman Produk dan Harga Produk terhadap Impulse Buying*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. 11(1). 11-19.
- Chan, G. F., Akhmad. I., dan Hinggo, H. T. 2022. *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Impulse Buying pada Pengguna E-Commerce Shopee di Pekanbaru*. ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal. 2(1). 151-159.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Cetakan I. Penerbit Global-RCI.
- Darna, et. al. 2023. *Bahan Ajar: Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Penerbit Deepublish.
- Ernestivita, et. al. 2023. *Seni Digital Marketing untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Hasibuan, M. S. P. 2020. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: Cetakan kesembilan. PT Bumi Aksara.
- Hikmah, H. 2020. *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam*. Journal of Business and Economics Research (JBE), 1(2), 173-179.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Cetakan Pertama. Unitomo Press.
- Juliana, et. al. 2021. *Dasar-dasar Manajemen*. Pekalongan: Cetakan ke-1. Penerbit PT. Nasya Expanding Management.
- Kearney. 2021. *Leapfrogging into the Future of Retail*. The 2021 Global Retail Development Index. Tersedia: <https://www.kearney.com/industry/consumer-retail/global-retail-development-index>. [16 Februari 2024]
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 Terjemahan oleh Bob Sabran. Penerbit Erlangga.

- Mamuaya, N. C. I. 2021. *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Pasaman: Cetakan Pertama. Penerbit CV. Azka Pustaka.
- Marjukah, A. 2023. *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Batam: Cetakan Pertama. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Meylinda. 2018. *Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Impulse Buying pada Konsumen Golden Swalayan Tulungagung*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah, FEBI, IAIN.
- Nabila, A. 2022. *Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan Harga terhadap Impulsive Buying Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pegawai Bagian Perencanaan dan Keuangan Sekretariat Bandar Lampung)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Naim, R.A. 2020. *Pengaruh Keragaman Produk, Store Atmosphere dan Promosi Instagram terhadap Impulse Buying pada Konsumen Wanita di Toko Pakaian Dressy Gallery*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Kudus.
- Pratama, et. al. 2023. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi di Era Digital*. Purbalingga: Cetakan Pertama. Penerbit CV. Eureka Media Aksara.
- Pratiwi, E., dan Krishernawan, I. 2020. *Mengelola Customer Impulse Buying pada Bisnis Retail Fashion Modern*. Edisi Ke-1. Mojokerto: Cetakan Pertama. Penerbit Damarwiyata Press.
- Rahmawati, et. al. 2020. *Faktor Diskon, Bonus Pack, dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif*. Jombang: Cetakan Pertama. Penerbit LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Rina, M., Meutia, R., dan Ardiyanti, D. A. 2022. *Pengaruh Keragaman Produk, Price Discount, dan Display Produk terhadap Impulse Buying Konsumen Saqina Swalayan di Kota Langsa*. JIM: Manajerial Terapan. 2(1). 116-125.
- Rinanda, N. 2020. *Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Impulse Buying di Toko Klinik Selera Bangkinang Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rohman, A. 2017. *Dasar-dasar Manajemen*. Malang: Cetakan I. Penerbit Inteligencia Media.
- Satriadi, et. al. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bantul: Cetakan I. Penerbit Samudra Biru.
- Sewaka, et. al. 2022. *Digital Marketing*. Tangerang. Penerbit Pascal Books.

- Sholikah, *et. al.* 2021. *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Cetakan Pertama. Penerbit Insania.
- Siregar, E. 2021. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Cetakan Pertama. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Cetakan Ke-25. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Cetakan Ke-26 Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi-2. Bandung: Cetakan Ke-29. Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Cetakan Ketiga. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Utama, A. P. 2023. *Manajemen Pemasaran: Konsep Dasar dan Ruang Lingkup*. Indramayu: Cetakan Pertama. Penerbit Adab.
- Utami, C. W. 2018. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Cetakan Kedua. Penerbit Salemba Empat.