

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.

JURNAL

Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280-287.

Nurmalasari, Y. (2020). Indikator Dominan pada Perilaku Kompulsif Remaja dalam Mengakses Internet. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 9(1), 46-51.

Amanah, D., & Stephany, P. P. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Sopping) Terhadap Implusive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*, 3(02), 10-18.

Eka, I. G. B. A. A., & Suparna, G. Pengaruh Store Environment Dan Impulse Buying Tendency Terhadap Urge to Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour. *E-Jurnal Manajemen*, 5(7).

Raafi, G., & Martono, S. (2016). Pengaruh Promosi terhadap Impuls Buying dengan Gender sebagai Variabel Dummy. *Management Analysis Journal*, 5(2).

Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174-180.

Dwiputra, I. P. (2021). *Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).