

DAFTAR PUSTAKA

- 2020. "Luxcrime." Retrieved (<https://luxcrime.com/>).
- Anggarwati, Desi, Agus Hermawan, and Wening Patmi Rahayu. 2023. "LITERACY : International Scientific Journals Of Social, Education and Humaniora The Effect of Price Discount and Promotion on Impulse Buying Through Hedonic Shopping Motivation as An Intervening Variable on Shopee Consumers." *International Scientific Journals Of Social, Education and Humaniora E-ISSN: 2(1)*.
- Afifah Yuliarahma, and Andri Nurtantiono. 2022. "Analisis Pengaruh Brand Image, Price Discount, Package Bonuses Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Produk Oriflame." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi 2(4):441–52*. doi: 10.53625/juremi.v2i4.4451.
- Ary, Vika, Ratnasari Srikandi, and Kumadji Andriani Kusumawati. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value Dan Impulse Buying (Survei Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square)*. Vol. 1.
- Atillah, Nurus Safa. 2017. "Analisis Pengaruh Faktor Price Discount, Bonus Pack Dan Brand Image Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Produk Oriflame Di Kota Lamongan." *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen II(3):483–85*.
- Coley, Amanda Leigh. 2002. "Affective And Cognitive Processes Involved In Impulse Buying Amanda Leigh Coley (Under The Direction Of Dr. Brigitte Burgess) Affective And Cognitive Processes Involved In Impulse Buying by BSFCS , The University of Georgia , 1999 A Thesis Submitted."
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. 1st ed. edited by Q. Media. Surabaya: CV.Penerbit Qiara Media.
- Gultom, Parapat, Endang Sulistya Roni, and Nitasri Murawaty Girsang. 2020. "The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With

Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users - A Study On Students Of North Sumatra University, Faculty Of Economics And Business.” *European Journal of Management and Marketing Studies* 5(1). doi: 10.5281/zenodo.3627548.

Hadi, Solikhul, and Irsalina Maulfinadifa. 2023. “Pengaruh Brand Image, Price Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Generasi Z Di Kabupaten Kudus.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 1(1):60–63.

Harahap, Mei Sarah. 2022. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Butik Fyllo Closet Di Kota Pematangsiantar*. Medan.

Ibne-Ali Jaffari, Seyed, Farooq Ahmad, Muhammad Mehtab, and Asif Iqbal. 2014. “Impact of Celebrity Endorsement on Brand Equity.” *International Journal of Management & Information Technology* 10(3):1953–60. doi: 10.24297/ijmit.v10i3.1659.

Indriani, Sarah, dahliana Kamener B.S, and MBA PhD. 2022. “Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening.”

Karbasivar, Alireza, and Hasti Yarahmadi. 2011. “Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior.” *Asian Journal of Business Management Studies* 2(4):174–81.

Keni, and Yessica Oscar. 2019. “Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 3(1):20–28.

Kesumahati, Erilia, and Selly Novianti. 2021. “Terhadap Customer Satisfaction Dan Pengaruhnya Terhadap Repurchase Intention Pada Kosmetik Merek Lokal Di Kota Batam.” *Conference on Business, Social Sciences and Technology* 1(1).

Kurniasih, Lina, Asep Maulana, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and

- Universitas Singaperbangsa Karawang. 2021. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Pada Tokopedia Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pengguna Tokopedia Di Karawang).” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 5(4):2598–9944. doi: 10.36312/jisip.v5i4.2568/http.
- Kurniawati, Tyas. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.” *Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* VI(1):147–51.
- Kusnawan, Agus, Diana Silaswara, Andy Tjong Sefung, Universitas Budhi, and Dharma Tangernag. 2019. *Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang*. Vol. 5.
- Lestari, Diah, Rita Kusumadewi, and Abdul Ghani. n.d. *Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Sari Roti (Survey Pada Pembeli Sari Roti Agen Weru Kab. Cirebon)*.
- Ling, Tjong Su, and Anton Widio Pratomo. 2020. “Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1(1). doi: 10.374.
- Malenia, Desy. 2023. *Pengaruh Brand Ambassador Dinda Haww Terhadap Brand Image Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2018*. Riau.
- Manurung, Heri Prasuhanda, and Indri Novita Sari. 2020. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Di Kabupaten Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan).” *Manajemen, Ekonomi Sains* 1(20). doi: <https://doi.org/10.36294/mes.v1i2.1114>.
- Al Mutanafisa, Tasneem, and Retnaningsih. 2021. “The Effect of Sales Promotion and Knowledge on Impulsive Buying of Online Platform Consumers.” *Journal of Consumer Sciences* 6(1):77–91. doi: 10.29244/jcs.6.1.77-91.

- Octavian, Pingky, Ambar Lukitaningsih, Agus Dwi Cahya, Ida Bagus, and Nyoman Udayana. 2023. "Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh NCT Dream Sebagai Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Produk Mie Instan Lemonilo." *Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5(3):874–88. doi: 10.47476/reslaj.v5i3.1686.
- Putu, Ni, Rahayu Wulansari, and Ni Ketut Seminari. 2015. "Analisis Pengaruh Store Environment Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Pada Delta Dewata Supermarket." *E-Jurnal Manajemen Unud* 4(9):2478–90.
- Rifai, Wildan Aziz. 2022. *Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa Yang Berkuliah Di Yogyakarta Dalam Membeli Iphone)*. Yogyakarta.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hetmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Salsafira, N., and N. Trianasari. 2022. "The Effect of Price Discount on Impulse Buying Behavior (Study on E-Commerce Sociolla)." *Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal)* 5(2):14012–26.
- Salzabila Artamevia, Oleh, Eny Setyariningsih, and Budi Utami. 2022. *Pengaruh Price Discount Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Wilayah Mojokerto)*. Vol. 1.
- Setiawan, Anastacia Jinny, and Wilma Laura Sahetapy. 2022. "Pengaruh Hedonic Consumption Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Sale Sociolla." *AGORA* 10(1).
- Sheng, Shubin, Andrew M. Parker, and Kent Nakamoto. 2007. "The Effect of Price Discount and Product Complementarity on Consumer Evaluations of Bundle Components." *Journal of Marketing Theory and Practice* 15(1):53–64. doi: 10.2753/MTP1069-6679150104.

- Sonata, Ilham. 2019. “Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso.” *Riset Manajemen & Bisnis* 4(1).
- Widyana. 2020. *Pengaruh Price Discount Terhadap Keputusan Impulse Buying Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Alfamart Di Kota Metro)*. Lampung.
- Wildinata, M. Farouqy. 2019. “Pengaruh Potongan Harga Dan Brand Image Terhadap Impluse Buying (Konsumen Wrangler Di Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam).” *Skripsi* 17–158.
- Wiyata, Mariati Tirta, and Eneng Fitri Handayani. 2022. “Pengaruh Bonus Pack Dan Price Potongan Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Klien PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Sarasa 2 Loasari Kota Sukabumi).” *CAKRAWALA-Repositori IMWI* / 5(1).
- Wonggo, CM, SLHVJ Lopian, MH Rogi, Celine M. Wonggo, SLHV Joyce Lopian, Mirah H. Rogi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. 2020. “Dampak Discount, Brand Image Dan In Store Display Terhadap Impulse Buying Pada PT. Matahari Departement Store Mantos 2.” *EMBA* 8(3):124–33.
- Wu, Pei Tzu, and Cheng Jong Lee. 2016. “Impulse Buying Behaviour in Cosmetics Marketing Activities.” *Total Quality Management and Business Excellence* 27(9–10):1091–1111. doi: 10.1080/14783363.2015.1060851.
- Wulandari, Nimas. 2020. *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*. Pekanbaru.