

DAFTAR PUSTAKA

- ABDUL, R. (2022). *PERAN MODERASI RELIGIUSITAS PADA HUBUNGAN ADIKSI INTERNET TERHADAP PEMBELIAN SPONTAN ONLINE DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH (Studi penelitian pada Generasi Z UIN Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98-107.
- Azwari, A. (2021). *Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Pembelian Spontan di Situs Belanja Online Shopee Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Teknokrat Indonesia).
- 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).
- Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 51-60.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI).
- Harpepen, A. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon dan Teman Sebaya Terhadap Impulse Buying dalam Pembelian Produk Fashion. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 36-44.
- Irmal, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA INDOMARET CABANG CIPONDOH. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(4), 219-225.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 7(2), 129-140.

- Maniek, L. (2013). Promosi E-Ticketing terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan. *The Winners*, 14(1), 42-47.
- 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.
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(2), 101-111.
- Nurhalimah, S. (2021). Pengaruh Kebijakan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Pada Indogrosir Ciputat. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2).
- Wisasa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar) I Putu Widya Artana. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 369-394.