

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, I., Hasyim, H., & Carda, M. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN, PSIKOLOGI KONSUMEN, DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF DAN KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA PADA TOKO ONLINE DI KOTA PARE-PARE. *EQUITY: Journal of Economics ...*, 16(2), 129–138. <http://ojs.stkip-ypup.ac.id/index.php/equity/article/view/585>
- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2119/id/publications/423320/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepuasan-pelanggan-melalui-keputusan-pembeli>
- Afnina, & Yulia, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 21–30. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>
- Afriyanti, D., & Hermanto, P. B. (2022). *Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Wendy's Transmart Pekanbaru*. 6(2).
- Akbar, M. I. U. D., Ahmad, B., Asif, M. H., & Siddiqui, S. A. (2020). Linking Emotional Brand Attachment and Sales Promotion to Post-Purchase Cognitive Dissonance: The Mediating Role of Impulse Buying Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 367–379. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.367>
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2019). *PENGARUH SALES PROMOTION DAN KERAGAMAN PRODUK PADA SHOPEE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 1–10.
- Amelia, I. R., & Mahfudz. (2022). PENGARUH REVIEW PELANGGAN DAN ACARA PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN IMPULSE BUYING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 343–354. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36621>
- Andalusi, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INSTRUMEN*

PENUNJANG LABORATORIUM (STUDI KASUS PADA PT. LABORINDO SARANA JAKARTA) Ratih. 1(2), 305–322.

Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140.
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>

Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>

Ariella, & Irfan, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MAZELNID. 3.*

Arumdani, N. W., Parlyna, R., & Saidani, B. (2021). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, SALES PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION IN SKINCARE PRODUCT. 1(2), 1–13.*

Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. 01(01), 1–14.*

Azwari, A., & Lina, L. F. (2021). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(1), 37.
<https://doi.org/10.33365/tb.v4i1.1098>

Budiman, V. N., MAndey, S., & Ogi, I. W. J. (2019). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK TELKOMSEL. 7(1), 761–770.*

Chairunnisa, P. Z., & Rahmawati, H. R. (2023). Volume 25 Issue 3 (2023) Pages 419-429 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online) Antecedents of impulse buying and their implications for online customer satisfaction. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(3), 419–429.

Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (ed.); Issue June). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

- Daulay, R., Handayani, S., & Purnama Ningsih, Ik. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1177.
- Devi, N. W. C., & Jatra, I. M. (2022). POSITIVE EMOTION MEMEDIASI SALES PROMOTION DAN STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 58–66. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(1), 1–6. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/2347>
- Erwin, Tahawa, T. H. B., Suciati, & Khaldun, R. I. (2021). Intervensi Pemerintah Indonesia Melalui Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 12/2019 Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(1), 46–56. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i1.13575>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.ejournal.id/JIP/article/view/684/585>
- Fauziah, S., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Produk Fashion. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(2), 81–88. <https://doi.org/10.33005/jbi.v12i2.2896>
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa Stiks Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(2), 159–185.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). PENGARUH KUALIAS PRODUK, DISPLAY LAYOUT, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Ekoimbis Review*, 8(2), 149–158. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2>
- Fitriyani, Hartati, L., & Johan, A. (2023). Peran Sales Promotion Strategy dan Web

Quality Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 134–146.
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1104>

Haryanto, R. (2021). Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik). In *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Vol. 53, Issue 9). [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W9AeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&ots=eZM7-DMe1t&sig=aRHowC-8sAlfqrSuYilSPLCbQMU&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen Pemasaran Bank Syariah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W9AeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&ots=eZM7-DMe1t&sig=aRHowC-8sAlfqrSuYilSPLCbQMU&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&f=false)

Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Qolbi, N. (2022). Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Pengaruh Faktor Sales Promotion, Brand Image Dan Price. *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 19–25. <https://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/jurnal-al-amal/article/view/122>

Hikmah. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam. *Journal of Business and Economics Reaserch (JBE)*, 1(2), 173–179. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1762194>

Hutagalung, M. (2018). *PENGARUH BENTUK PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAGI PENGGUNA MEMBER BIRU INDOGROSIR DI JAKARTA*. 21(1), 1–26.

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.

Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

Iswati, N., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(1).

Julitawaty, W., Frith, W., & Goh, T. S. (2020). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR PT. MEGA ANUGRAH MANDIRI*. 6(1), 43–56.

Kadek, N., Utami, Y., Made, N., & Wahyuni, S. (2019). *Kajian Usability E-*

Marketplace Bluprin Sebagai. 2, 589–597.

- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Kurnia, M., & Suwiknyo. (2018). Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1264>
- Lemeshow, Stanley, K., Janelle, Lwanga, Stephen, K., Pramono, Dibyo, H., & David, W. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lesmana, R., & Ratnasari. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. RADEKATAMA PIRANTI NUSA. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115–129.
- Mahira, Hadi, P., & Nasiti, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Mahmud, N., Ismanto, F., & Martini. (2021). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COUNTER JALA KENCANA SEMARANG*. 3(2), 240–255.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. AIR MANADO*. 6(3), 1658–1667.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*. 1(1), 93–108.
- Mayasari, D. (2019). The Influence of Fashion Lifestyle, Sales Promotion and Self-

image to Impulse Buying Behaviour and Customer Satisfaction. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 58–63. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.58>

Naeem, M. (2021). Understanding the customer psychology of impulse buying during COVID-19 pandemic: implications for retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 49(3), 377–393. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2020-0317>

Nainggolan, N. T., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Hastuti, P., Putu, D., Ardiana, Y., Sudirman, A., Gandasari, D., Mistriani, N., Halim, A., Kusuma, P., Rumondang, A., & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen*. 20.

Ngatno, D. D. (2018). *Manajemen Pemasaran* (p. 361). EF Press Digimedia.

Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 7.

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Phanuel, H. (2018). *THE EFFECT OF SALES PROMOTIONS ON YOUNG CUSTOMERS' SATISFACTION AND PURCHASING INTENT: A CASE STUDY OF MTN CUSTOMERS – CURRENT STUDENTS IN ADVENTIST UNIVERSITY OF CENTRAL AFRICA*. 6, 73–82.

Pradana, E., Juniwati, & Heriyadi. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Starbucks Coffee Di Pontianak : Perspektif B2C. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(2), 88–106. <https://doi.org/10.26418/ejme.v9i2.46785>

Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 21–24.

Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah.” *Jurnal Teknologi*, 11(2), 92–100. <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1399>

Putra, R. A., & Suryadi, N. (2020). PENGARUH VISUAL MERCHANDISING, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP IMPULSE BUYING

BEHAVIOR (STUDI PADA KONSUMEN MINISO KOTA MALANG).
Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.

Rahmat, E. S., & Fitri, M. A. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI KOTA BENGKULU (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Selebar Kota Bengkulu)*. 4(1), 118–129.

Rahmawati, R., Onsardi, Miniarni, A. W. R., Sari, P. N. M., Nita, Z. A., Noviyani, W., Sari, P. F., Sanjaya, A. B., Agustina, S., Syafira, H., Mardiana, V., Septadinata, D., Nurhidayat, & Putera, A. (2022). KORELASI MUTU PELAYANAN DENGAN IMPULSE BUYING KONSUMEN UD. MANTAN KARYAWAN KOTA BENGKULU. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate ISSN*, 1(April), 23–29.

Ramanto, I., & Susanti, F. (2023). *Pengaruh Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online Produk Bukalapak*. 1(2), 141–157. <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/61728>

Razak, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.

Saodin. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 105–122.

Saputri, F. S., & Rahardjo, S. T. (2020). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk, Promosi Penjualan, Dan Layanan Tenaga Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Alfamart H825 Semarang, Jawa Tengah). *Diponegoro Journal Of Management*, 9(1), 1–12.

Sari, K., Bi Rahmani, N. A., & Irham, M. (2023). The Effect of Sales Promotion, Security and Convenience on Gopay E-Wallet Customer Satisfaction Case Study on Gopay Customers In Medan City). *Pkm-P*, 7(1), 75. <https://doi.org/10.32832/jurma.v7i1.1766>

Sarie, R. F. (2018). *Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermartket Pakuwon Supermall Di Surabaya*. XIV(02), 1–23.

Septiani, R. (2020). THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY, PERCEIVED PRICE, AND SALES PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY TROUGH CUSTOMER SATISFACTION (Study On Customer Of Online Transportation Service Provider-Gojek In Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 17, Nomor 2, 2020, 17(1), 58–70.

- Sihombing, D. O., & Sukati, I. (2022). *Analisis Pengaruh Promosi, Life Style, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Shopee di Kota Batam*. 5(4), 524–530. <https://doi.org/10.1134/s0514749219040037>
- Sondak, C., Tumbel, A., & Lintong, D. (2021). *PELANGGAN DI PT . INDOGROSIR MANADO ANALYSIS OF THE EFFECT OF SALES PROMOTIONS AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT . INDOGROSIR MANADO* *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 2021 , Hal . 754-764 . C . Sondak ., A . Tumbel ., D . Lintong .* 9(2), 754–764.
- Statista. (2023). *Production Volume Of Marble in Indonesia From 2012 to 2021*. 2023. <https://www.statista.com/statistics/1018683/indonesia-marble-production-volume/>
- Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DIVERSIFIKASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–12.
- Suwandi, Y. (2020). *The Influence of Quality of Distribution and Sales Promotion to Customer Satisfaction in PT Arasindo*. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(2), 120. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i2.2239>
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RAJA OCI MANADO*. 891 *Jurnal EMBA*, 7(1), 891–900.
- Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. (2018). *THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT AND SALES PROMOTION TO IMPULSE BUYING BEHAVIOR OF WOMEN CONSUMER AT MTC MANADO*. *Pengaruh Shopping..... 1638 Jurnal EMBA*, 6(3), 1638–1647.
- ValidNews. (2019). *Impor Bertambah Di Tengah Cadangan Nan Melimpah*. <https://validnews.id/ekonomi/Impor-Bertambah-Di-Tengah-Cadangan-Nan-Melimpah-Bwk>
- Waluyo, R. K., & Suwitho. (2022). *Pengaruh Sales Promotion, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(12), 1–18.

- Widagdo, B., & Roz, K. (2021). Hedonic Shopping Motivation and Impulse Buying: The Effect of Website Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 395–405. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.395>
- Widyastuti, W. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Sales Promotion terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food (Studi pada Pengguna Gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1272–1278.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA. *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–117. <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik*. 3, 11–18.
- Yiğit, M. K. (2020). Consumer mindfulness and impulse buying behavior: Testing moderator effects of hedonic shopping value and mood. *Innovative Marketing*, 16(4), 24–36. [https://doi.org/10.21511/im.16\(4\).2020.03](https://doi.org/10.21511/im.16(4).2020.03)
- Yudha, I. P. G. M. K., & Suprapti, N. W. S. (2018). *PELANGGAN DAN NIAT BELI ULANG (DI MATAHARI MALL BALI GALERIA KUTA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia department store (toko) dan juga melakukan pembelian ulang , namun tidak*. 7, 1803–1834.
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Produk UNIQLO. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 321–327. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.596>
- Zahara, R. (2019). Pengaruh sales promotion terhadap impulse buying konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 39–44. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.46>
- Zed, E. Z., & Ratnaningsih, Y. R. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MARCKS VENUS LP DINAMIC DI PT. KIMIA FARMA APOTEK (KFA), JAKARTA*. 01(02), 107–134.