

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Eka. 2022. *Impulse Buying Dalam Perspektif Pengambilan Keputusan Pembelian*, Purbalingga: CV. Sketsa Media.
- Ahdiat, Adi. 2023. "5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023." *katadata.co.id*.
- Alma, Buchari. 2019. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Andriani, Fadilah, Nur Ahmad Bi Rahmani, and Nuri Aslami. 2023. "Pengaruh Tampilan Produk Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Dengan Diskon Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3(1): 312–32.
- Anggraini, Dila, Heru Aulia Azman, Nurul Fadhila Hasanah, Habil Febrian, and Anwar Sholihin. 2023. "Pengaruh Flash Sale Dan Tagline ' Gratis Ongkir ' Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online Dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating ( Kajian Perspektif Ekonomi Islam )." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)* 9(1): 618–29.
- Anlian, Dava Aprilino, and Kuwat Riyanto. 2023. "Pengaruh Store Atmosphere , Price Discount Dan Sales Person Terhadap Implusive Buying." *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* 4(1): 33–38. doi:10.47065/arbitrase.v4i1.1044.
- Antariksa, Kadek Teja, and Ni Nyoman R. Respati. 2021. "The Effect Of Hedonic Motivation, In Store Display, And Price Discount On Impulse Buying Decisions." *International Journal of Business Management and Economic Review* 4(4): 166–77.
- APJII. 2024. "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang."
- Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Auli, Shoffi'ul, M. Ridwan Basalamah, and Restu Millannintyas. 2021. "Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Riset Manajemen* 10(15): 111–21.
- Berlinda, Vania, Permata Sahri, and Dewi Komala Sari. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Price Discount , Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Miniso Sunrise Mall Mojokerto." *Innovative Technologica: Methodical Research Journal* 2(3): 1–12.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Cetakan 1.

Yogyakarta: Deepublish.

- Elisha, Fitrah Ayu. 2021. "Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Minimarket Berkah Mart Kota Pekanbaru." UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fajri, M Adrian Al, Trisniarty Am, and Fadhil Yamalay. 2023. "Pengaruh Flash Sale Dan Tagline ' Gratis Ongkir ' Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Variabel Intervening Emosi Positif Pada Marketplace Di Kota Palembang." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia (JNMPSDM)* 4(3): 132–40.
- Fatmawatie, Naning. 2022. *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- FEBI IAIN Kediri. 2024. "Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri." febi.iainkediri.ac.id.
- Febria, Mira Fujita, Fadjar Setiawan, and Eman Sulaeman. 2022. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Faashion." *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4(6): 12703–11.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran dasar dan konsep*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, Fatiha Rahmalita. 2018. "The Influence of Web Quality and Sales Promotion Toward Impulse Buying Behavior With Openness Personality as Moderating Variable Study on Consumer of Shopee Indonesia Online Store." *Journal of Accounting Management and Economics (JAME)* 20(1): 48–55.
- Fitriana, Feni Desy, and Budi Istiyanto. 2024. "Pengaruh Flash Sale, Discount Dan Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna Shopee Di Soloraya." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen* 2(2): 712–23.
- Gunawan, Hamzah, and Intan Pratiwi. 2024. "The Influence of Price Discount , Bonus Pack , Brand Image on Impulse Buying of Cuddleme Products in Yogyakarta Pengaruh Price Discount , Bonus Pack , Brand Image Terhadap Impulse Buying Pada Produk Cuddleme Di Yogyakarta." *Formosa Journal of Science and Technology (FJST)* 3(1): 119–30.
- Halim P.K.P, Aditya, Syahnur Said, and Sabri Hasan. 2017. "Pengaruh Karakteristik Toko Dan Produk Bagi Konsumen Di Indonesia Terhadap Pembelian Impulsif." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan (JMDK)* 5(2): 8–19.
- Hazurizqi, Muhammad Faqih. 2023. "Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle Dan Fitur Free Shipping Terhadap Impulsive Buying Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021)." UIN Walisongo Semarang.

- Herdiana, Audrey Fairuz, and Supriyono. 2023. "Pengaruh E-WOM Dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Impulse Buying." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(3): 3043–48.
- Inayah, Nurul, Abdul Kholiq, and Ratih Hatma. 2023. "The Effect of Sales Promotion and Price Discount On impulse Buying for Hijab Consumers At Al-Huda Sragi Islamic Boarding School Banyuwangi." *Journal International Conferenceon Humanity Education and Social* 2(1): 1–11.
- Ittaqullah, Nurul, Rahmat Madjid, and Nursaban Rommy Suleman. 2020. "The Effects Of Mobile Marketing , Discount , And Lifestyle On Consumers ' Impulse Buying Behavior In Online Marketplace." *International Journal Of Scientific & Technology Research* 9(3): 1569–77.
- Jaya, Indra, and Sri Hidajati Ramdan. 2023. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Price Discount Dan Shopping Life Style Terhadap Online Impulse Buying Pada Marketplace Shopee Dan Tokopedia." *Jurnal JEMBA* 2(1): 245–54.
- Khumairoh, U.S. 2019. "Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Perilaku *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pondok Pesantren Al-Amien Kediri)" IAIN Kediri.
- Kinasih, Mayang Putri, and Nur E.R. Wuryandari. 2023. "Pengaruh Price Discount, Product Knowledge, Dan Time Pressure Terhadap Impulse Buying Pada Fitur Shopee Live." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2(5): 88–101.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, Ramadhan A., and Nuhadi. 2024. "Pengaruh FlashSale, Bebas Biaya Pengiriman, Dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada Pengguna Shopee Di Gresik." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah* 6(4): 4323–34.
- Kusumaningsih, Sabtarini, Joko Sutopo, and Fenti Nurlaeli. 2021. *Buku Panduan Marketplace*. Cetakan I. Surabaya: Global Aksara Pres. doi:10.1109/MIC.2002.1003125.
- Lestari, Fitria, H. Cece Rakhmat, and Depy Muhamad Pauzy. 2022. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying ( Survei Pada Konsumen Alfamart Di Kota Tasikmalaya )." *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1(5): 578–81.
- Muruganantham, G, and Ravi Shankar Bhakat. 2013. "A Review of Impulse Buying Behavior." *International Journal of Marketing Studies* 5(3). doi:10.5539/ijms.v5n3p149.
- Ompi, Alfani P, Jantje L Sepang, and Rudy S Wenas. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Pembelian Impulsif Produk Fashion Di Outlet Cardinal Mega Mall Manado." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan*

*Akuntansi (EMBA)* 6(4): 2918–27.

- Permatasari, Imas, Moh Mukhsin, and Isti Nuzulul Atiah. 2023. “Pengaruh Flash Sale Dan Free Shipping Terhadap Impulsive Buying Behavior Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah (OIKONOMIKA)* 4(1): 25–37.
- Perwithasari, Resy, Sena Atmaja, and Aprilia Kartini. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Produk Fashion.” *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis* 5(2): 216–26. doi:10.31000/combis.v5i2.9649.
- Pratiwi, Eny S.M, and Indra S.E. M.SM. Krishernawan. 2020. *Mengelola Customer Impulse Buying Pada Bisnis Retail Fashion Modern*. 1st ed. Mojokerto: Damarwiyata Press.
- Rahmadani, Diyah Ayu, M. Ridwan Basalamah, and Ratna Tri Hardaningtyas. 2024. “Pengaruh Price Discount, Online Customer Review, Dan Voucher Gratis Ongkos Kirim Terhadap Impulse Buying Pengguna Shopee Live (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang).” *Jurnal Riset* 13(1): 482–91.
- Rahmadi, Yudi. 2020. “Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Konsumen Di Fashion Ritel Suzuya Mall Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah.” UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Restyawati, V. 2024. "Pengaruh gratis ongkir, online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee (Studi pada santri Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuaran)" UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Rochman, Fajar N. 2016. “Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Gian Mart Supermarket Yogyakarta).” Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2022. *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.
- Salsabillah, Aurel, and Nurhadi. 2023. “Pengaruh Price Discount , Kemudahan Pembayaran , Dan Self Control Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Shopeefood Di Kota Surabaya Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(3): 3258–66.
- Sapa, Febri Y., Altje L. Tumbel, and Bode Lumanauw. 2023. “Pengaruh Live Streaming, Price Discount Dan Free Shipping Terhadap Impulse Buying: Study Empiric Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Menggunakan Tiktok Shop.” *Jurnal EMBA* 11(4): 787–98.
- Sari, Vela Novita. 2019. “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen.” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2016. *Consumer behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Shopee. 2024. “Tentang Shopee-Karir.” careers.shopee.co.id.
- Sudaryana, Bambang, and Ricky Agusiady. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Cetakan 1. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistyowati, A. Z. 2023. “Hedonis Lifestyle on Impulse Buying Behavior Monzer Kahf Islamic Consumption Perspective”, *Management and Economics Journal (MEC-J)*, 7(1): 117.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. 2nd ed. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. 2022. *Sejarah pemasaran dan strategi bauran pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Syauqi, Ahmad, Fauzi Arif Lubis, and Atika. 2022. “Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline ‘Gratis Ongkir’ Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).” *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2(4): 734–49.
- Titing, Fransisca V.C., Frederik G. Worang, and Merinda H.C Pandowo. 2022. “Influence Of Shopping Lifestyle, Discount And Fashion Involvement On Impulsive Buying Of Shopee Online Shopping.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(4): 172–82.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: CV. Andi.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. 2018. Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram (studi deskriptif pada akun @Subur\_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Utami, Novia Widya. 2023. “Memahami Promo Free Ongkir Yang Semakin Berkembang.” *Jurnal Mekari*.
- Utami, Widyastuti N., and Trysna A. Juanda. 2022. “The Effect Of Price Discount And Electronic Word Of Mouth On Impulse Buying At Marketplace Shopee (Study on Students of Universitas Indonesia Membangun Bandung).” *Journal of Business and Management Inaba (JBMI)* 1(2): 136–52.
- Wahyudi, S. 2017. Pengaruh price discount terhadap impulse buying. *Jurnal*

*Valuta*, 3(2), 282.

Xu, Yin, and J.S Huang. 2014. "Effects Of Price Discounts And Bonus Packs On Online Impulse Buying." *Social Behavior and Personality* 42(8): 1293–1301.

Yuliawati, Yupi, and Indri F. Suarna. 2017. "Belanja Hedonis Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ekubis* 1(2): 41–51.

Yurillita, Resti, Rinol Sumantri, and M. Iqbal. 2024. "Pengaruh Fashion Involvement dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Busana Muslim Rabbani Plaju Kota Palembang." *Islamic Studies Journal* 1(1): 1–8.

Yusuf, Prof. Dr.A.Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Cetakan 4. Jakarta: Kencana.