

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an

Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Jakarta: 1971.

Buku

Adwijaya, Michael, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.

Duli, Nikolaus, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Penelitian Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.

Firmansyah, M. Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.

Fitriah, Maria, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit- Undip, 2011.

Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.

Hasan, M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2017.

Musfar, Tengku Firli, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Media Sains Indonesia, 2020.

Purwantinah, Aris, *Pengelolaan Bisnis Ritel SMK/MAK Kelas XI*, Yogyakarta: Gramedia Widiasaran Indonesia, 2021.

- Rangkuti, Freddy, *Strategi promosi yang kreatif dan analisisn kasus integrated marketing communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rohman, Fachur, *Peran Faktor Situsional dan Perilaku Pembelian Impulsif*, Malang: UB Press, 2012.
- Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press, 2011.
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- , *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Sinambela, Lijan Potlak, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sitorus, Onny Fitriani dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Sumarwan, Ujang dkk., *Pemasaran Strategik: Perspektif Value – Based Marketing*, Bogor: IPB Press, 2013.
- Suyito, Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodelogi Penelitian*, Karanganyar: Literasi Media Publishing, 2015.
- Tjiptono, Fandy, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Andi, 2000.

Jurnal dan Skripsi

- Ahmadi, Pengaruh *E-Commerce*, Promosi Penjualan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif, Jurnal

Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol.I, No. 2, Universitas Jambi, 2020.

Amir, Muhammad dan Andi Abdul Razak Ishak, *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Makassar, Movere Journal*, Vol.I, No.1, 2019.

Arifiati, Ria dan Wahyu Gunawan, Perilaku Impulse Buying dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Dimasa Pandemi, *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Sosiologi*, Vol.IV, No.1, Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, 2020.

Hikmah, Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam, *Journal Of Business and Economics Research*, Vol.I, No.2, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam, 2020.

Indraswari, Gilang Rafi dan S. Martono, Pengaruh Promosi Terhadap Pembelian Impulsif dengan Gender sebagai Variabel Dummy, *Management Analysis Journal*, Vol. I, No. 2, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2016.

Iranita, *Peranan faktor promosi dalam memasarkan produk terhadap perilaku pembelian online dimasa pandemi covid-19*, *Jurnal Bahtera Inovasi*, Vol.IV, No.1, 2020.

Khairunas, Bahaya Impulse Buying Pada Pelanggan Online Shop Saat Pandemi Covid-19, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol.I, No.2, Universitas Terbuka Padang, 2020.

Listyawati, Indri Hastuti, *Peran penting promosi dalam desain produk dalam membangun minat beli konsumen*, *Jurnal JBMA*, Vol. III, No.1, 2016.

- Nasir, Khoirun, Pengaruh Promosi Penjualan dan Respon Emosi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2010.
- Nurmasarie, Rahma dan Sri Setyo Iriani, Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. I, No. 2, 2013.
- Pemayun, Tjokorda Istri Dwi Pradnyawati dan Ni Wayan Ekawati, Pengaruh Promosi , Atmosfer Gerai, dan *Marchandise* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy's Mall Gatsu Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. I, No.7, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali, 2016.
- Permatasari, Aisyah, Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Promosi Penjualan Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Tidak Terencana, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta: 2016.
- Pratomo, Dimas dan Liya Ernawati, Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Prespektif Islam, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol.II, No.2, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Al- Washiliyah Sibolga, 2019.
- Putera, Agung Mandala dan Peggy Hariawan, Pengaruh In Store Promotion terhadap Impulse Buying pada Carrefour Kota Bandung. *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol. II, No.3, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, 2005.
- Sianipar, Melva, Pengaruh Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Indomaret Jamin Ginting Padang Bulan, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatra Utara, Medan: 2017.

Zahara, Rita, Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen, Jurnal *Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol.II, No.1, Jurusan Manajemen, STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen, 2019.

Website:

www.bi.go.id

www.indomaret.co.id

www.wikipedia.com