

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung). *Manajemen Pemasaran*, 15–33. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5141/>
- Anasrulloh, R. (2022). Pengaruh Impulse Buying dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond's Di Golden Swalayan. *JURNAL ECONOMINA*, 1(1), 121:139.
- Buchari, A. (2019). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung Alfabeta
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen pemasaran jilid 2, edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- DEW, I. K. (2018). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25(9th.ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Guarango, P. M. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rizquna Mart KM.55 Desa Sawit Permai (Issue 8.5.2017)*.
- Jain, T. (2021). Factor Affecting Impulse Buying Behavior. *International Journal of Computer Science & Management Studies (IJCSMS)*, 42(01), 4–6. [http://mail2.ptccircle.co.in/journals/March2021\(Volume42Issue01\)\\_IJCSMSMarch2021\\_4\\_6\\_TJ.pdf](http://mail2.ptccircle.co.in/journals/March2021(Volume42Issue01)_IJCSMSMarch2021_4_6_TJ.pdf)

- Kotler, P. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Jurnal Economina, 1*(2), 120–129.  
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. In *Jurnal Ilmu dan Riset Manaemen* (Vol. 10).
- Safitri, Y., & Sufi, S. (2023). Pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada pedagang di pasar cunda kota lhokseumawe. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6*(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i1.8544>
- Setyaningsih D. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG BIMOLI (Studi Kasus Pengguna Minyak Goreng Bimoli di Kabupaten Purbalingga)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*