

## DAFTAR PUSTAKA

- Azid, R. M. (2023). *Pengaruh promosi Islami, keterlibatan fashion, dan motivasi belanja hedonis terhadap Impulse Buying dengan mediasi emosi positif pada produk fashion muslim di pengguna e-Commerce generasi Z*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Chaniago, S., Nabella, S. D., Mahyudin, M., & Novirsari, E. (2022). *Keputusan Pembelian Pengguna Ovo Ditinjau Dari Kemudahan, Price Discount Dan Kepuasan*. CV. Global Aksara Pers.
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman pengguna, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan pengaruhnya terhadap perilaku pembelian online secara impulsif. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45.
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185.
- Farrizqy, R. H., Megawaty, D. A., & Suryono, R. R. (2023). Analisis kinerja website pelayanan public menggunakan webqual 4.0 (Studi Kasus: Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 340–348.
- Ferrary, D., Lina, L., & Tyra, M. J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Platform Tiktok Shop. *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 13(1), 127–141.
- Hasyimi, S. M. (2021). *Diskon Penjualan Produk Oriflame Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Member Menurut Perspektif Hukum Islam (Analisis Sistem Penetapan Harga Pada Produk MLM)*. UIN AR-RANIRY.
- Hidayat, A., & Muliastari, R. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 28–36.
- Mawakhiro, S., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Nct Dream Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Impulsive Buying Behaviour Pada Konsumen Produk Mi Instan Lemonilo Di Kota Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Nichen, N. N., Iqbal, M., Triani, N., & Syahrir, S. N. (2023). Pengaruh Desentralisasi dan Pengendalian Manajemen terhadap Kinerja Terhadap Kinerja KABAG pada Kantor Pemerintah Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 6(1), 40–49.
- Priadana, B. W., Saifuddin, H., & Prakoso, B. B. (2021). Kelayakan pengukuran aspek pengetahuan pada instrumen physical literacy untuk siswa usia 8-12 tahun. *MULTIRATERAL*, 20(1).
- Rahmawati, R., Widia, A., Miniarni, R., Nopta, P., Sari, M., Nita, Z. A., Noviyani, W., Sari, P. F., Sanjaya, A. B., Agustina, S., Syafira, H., Mardiana, V., & Septadinata, D. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*

ISSN, 1(April), 23–29.

- Sawhani, D. K., & SE, M. (2021). *Keputusan pembelian online: kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Tambunan, L. A. (2021). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitizer Di Masa Pandemi Covid-19. *SIMAK*, 19(02), 287–311.
- Yasmeardi, F. Y., Rizke, D., & Fernando, N. (2020). Pengaruh Inisiatif Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Koto Tangah Kota Padang. *JURNAL Public Administration, Business and Rural Develoment Planning*, 1(2), 46–55.
- Yusra, I., & Yurianti, N. F. (2022). Risiko Perusahaan Memoderasi Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Asymmetri Informasi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Equilibria*, 9(1), 106–110.