

DAFTAR PUSTAKA

- A. Ratna Sari, N. (2021). PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN . *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(1), 67-75.
- Abdul Salam, A. A. (2022). Pengaruh promosi, brand image dan shopping lifestyle terhadap impulse buying di shopee (Studi kasus pada masyarakat desa Margoluwih, Sleman). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2), 116-122.
- Achmad Nurfauzi, E. P. (2024). Pengaruh Diskon Harga, Kualitas Produk dan Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif. *Ekomania: EkonomiI, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 10(3), 31-39.
- Ade Tiara Yulinda, R. R. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *Jurnal Ekombis Review*, 1315–1326.
- Ade Wahyu Ramadhan, N. E. (2021). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Alfamart di Kota Jambi) . *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 354-367.
- Afifah Yuliarahma, A. N. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, Price Discount, Package Bonuses dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Produk Oriflame . *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 441-452.
- Andrias Dwi Mahendrawan, I. R. (2025). Influence Analysis Celebrity Endorsement, Flash Sale, Live Streaming To Impulse Buying Shopee Users In Jember . *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(2), 3268-3279.
- Compas.co.id. (2023, July 29). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce Indonesia dengan Penjualan di atas 10 Miliar*. Retrieved from compas.co.id: <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Dahliani, Y. d. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181-190.
- Desma Erica Maryati, E. (2020). Pengaruh Price Discount dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(1), 34-43.
- Gerry Ferdian Chan, I. A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 151-159.
- Gina Aprilia, R. (2024). Pengaruh Informasi Diskon dan Promosi Flash Sale Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Followers Akun Twitter @RacunBelanja. *Jurnal Riset Komunikasi*, 15(2), 251-269.
- Hendra Cipta, L. W. (2021). Pengaruh Harga Diskon, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pembelian di Shopee. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Mutiara Madani*, 9(2), 132-148.
- Inas Rahmania, A. W. (2024). Pengaruh Price Discount dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Tiktok Shop. *Cemerlang : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 143-155.

- Kompas.id. (2023, April 2). *Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan dan Jadi Skincare Banyak Dicari*. Retrieved from kompas.id: https://www.kompas.id/baca/adv_post/skintific-sukses-raih-beragam-penghargaan-dan-jadi-skincare-banyak-dicari
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *JUBIS*, 3(1), 73-91.
- Maulana, R. (2020). Strategi Pemasaran Produk Pikset Untuk Meningkatkan Daya Saing Volume Penjualan Dengan Menggunakan Metode SWOT dan Analitical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus IKM Jayasari Cipaku Ciamis). *Jurnal Mahasiswa Industri Galuh*, 1(1), 87-97.
- Miftachul Jannah, S. N. (2024). Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying pada Produk Make Over di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 4643–4661.
- Muhammad Irham Nugroho, R. D. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 35-44.
- Oktaviani, S. A. (2021). Pengaruh diskon terhadap keputusan penggunaan aplikasi ruang guru di kota karawang. *Kinerja*, 2021–2134.
- Pristanto Ria Irawan, A. T. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61-68.
- Rahmadani, W. (2021). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). 3(2), 567–599.
- Rivan Christian Hariyanto, A. W. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.
- Sari, M. I. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Dalam Memilih Produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 20(1), 98-111.
- Souisa, W. (2022). Pengaruh Flash Sale dan Citra Merek terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Lazada. *Jurnal Mirai Management*, 508-516.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung, Alfabeta, 2-30.
- Vina Oktaviani, W. I. (2023). Peranan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Coffee Shop Sanatana Coffee & Eatery. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3150-3158.
- Yenny Yuniarti, M. I. (2021). Faktor yang mempengaruhi impulse buying konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (HARBOLNAS). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10(1), 153-159.
- Yuni Yuniawati, I. (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.