

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. 14th ed. Bandung: Alfabeta.
- Andriyanto, D., I. Suyadi, and D. Fanani. 2016. "Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 31(1):42–49.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Assauri, Fauziah. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Belch, George E., and Michael A. Belch. 2015. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Chan, G. F., I. Akhmad, and H. T. Hinggo. 2022. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru." ... , *Accounting and Business Journal* 2(1):151–59.
- Fadilata, Vannisa, and Rahayu Tri Astuti. 2022. "Pengaruh Price Discount, Sales Promotion, Dan Service Quality Terhadap Impulse Buying Behavior Saat Pandemi Covid-19 Pada Konsumen Indomaret Kelurahan Tembalang Kota Semarang." *Diponegoro Journal of Management* 11(1).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghristian, Ignatius Danu. 2016. "Pengaruh Harga Diskon, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Celana Jeans Levi's Di Surabaya."

- Journal Business and Banking* 5 number 2. doi:  
<http://dx.doi.org/10.14414/jbb.v5i2.710>.
- Kasimin, P. P. Dhiana, and M. M. Warso. 2015. "Effect Of Discounts, Sales Promotion And Merchandising On Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*. (8):19.
- Khairunnisa Ginting, Anggi, and Kartini Harahap. 2022. "Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Purchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan )." *JOSR: Journal of Social Research Juli 2022*(8):500–506.
- Kotler, Phillip, and Gary Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. 7th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. Pearson Education.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. London: Pearson Education.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. edited by A. Maulana and wibi Hardani. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran Jilid 12*. 12th ed. Jakarta: PT Indeks Kelompok.
- Kwan, Oky Gunawan. 2016. "Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya." *Manajemen Pemasaran* 10 no 1:8. doi: 10.9744/pemasaran.10.1.27-34.
- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Larasati, Kadek Lindi Dewani, and Ni Nyoman Kerti Yasa. 2021. "The Role of Positive Emotion in Mediating the Effect of Price Discount on Impulse Buying

- Indomaret Customers in Denpasar City, Indonesia.” *European Journal of Management and Marketing Studies* 6(2):81–95. doi: 10.46827/ejmms.v6i2.1009.
- Limakrisna, Nandan, and Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran : Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. 2nd ed. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Ompi, A. P., J. L. Sepang, and R. S. Wenas. 2018. “Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Pembelian Impulsif Produk Fashion Di Outlet Cardinal Mega Mall Manado Analyzing Factors Which Initiate Impulsive Buying of Fashion Products At Cardinal Mega Mall Manado Outlet.” *Jurnal EMBA* 6(4):2918–27.
- Pattipeilohy, Victor Ringhard, and MSI Rofiaty. 2013. “The Influence of the Availability of Money and Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency and Positive Emotions towards Impulse Buying Behavior in Ambon City (Study on Purchasing Products Fashion Apparel).” *International Journal of Business and Behavioral Sciences* 3(8):36–49.
- Peter, J. Pau., and J. .. Donnelly. 2013. *Marketing Management: Knowledge and Skills*. 11th ed. Boston: McGraw-Hill.
- Peter, J. Pau., and C. Jerr. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. 9th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Nobel Ibrahim. 2018. “Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail Matahari Department Store Di Malang.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Ratnasari, Vika Ary, Srikandi Kumadji, and Andriani Kusumawati. 2015. “The Influence of Store Atmosphere On Hedonic Shopping Value And Impulse Buying (Survey On Consumers Hypermart Malang Town Square).” *Journal of Business Administration (JAB)* 1(1).

- Saputri, Herliana Rahmi. 2016. "Hubungan Antara Fashion Involvement Dan Impulsive Buying Dengan Harga Diri (Self Esteem) Pada Remaja Di Sman 2 Samarinda." *E-Journal Psikologi* 4 (3).
- Saputro, Ikhsan Banu. 2019. "Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel." *Jurnal Ilmu Manajemen* 16(1):35–47.
- Schindler, Robert M. 2012. *Pricing Strategies: A Marketing Approach*. SAGE.
- Solenski, Vikario. 2017. "Influence of Price Discount and Sales Promotion on Impluse Buying Azwa Parfume Pekanbaru." *Jurnal FISIP* 4(2):1–10.
- Solomon, Michael, Rabolt, and Nancy. 2014. *Consumer Behavior: In Fashion*. 2nd ed. Boston: Pearson Education.
- Somad, Rismi, and Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Komunikasi : Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D." *Alfabeta*. Bandung 8.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 21st ed. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT.Remaja Rusdakarya.
- Sya'diyah, Halimatus, and Jojok Dwiridotjahjono. 2022. "Pengaruh Sales Promotion Cashback Dan Price Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna Di Situs Belanja Online Tokopedia." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4(10):4538–52. doi: 10.32670/fairvalue.v4i10.1751.
- Tjiptodjojo, Kartika Imasari. 2012. "Odd Price: Harga, Psikologi Dan Perilaku Konsumen Dalam Purchase Decision Making." *Jurnal Manajemen Maranatha* 11 (2).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tusanputri, Alyasinta Viela, and Amron. 2021. "Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop." *Journal FEB UNMUL* Vol 23(No 4):hlm. 632-639.
- Wahyudi, Septian. 2017a. "Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying." *Valuta* 3(2).
- Wahyudi, Septian. 2017b. "Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying." *Valuta* 7 no 2:14.
- Wilujeng, Sri. 2017. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang." *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang* 457–69.
- Xu, Xiaoyu, Jen-her Wu, and Qi Li. 2020. "What Drives Consumer Shopping Behavior in Live Streaming Commerce?" *Journal of Electronic Commerce Research* 21(3):144–67.
- Yanthi, Devi, and Dan Edwin Japarianto. 2014. "Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Tendency Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying

Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Area Ladies Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2(2):1–9.

Yistiani, Ni Nyoman Manik, Ni Nyoman Kerti Yasa, and I. G. A. Ketut Gede Suasana. 2015. “Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar.” *Jurnal Manajemen* 9(2):1–1.

Zahara, Rita. 2019. “Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 2(1):39–44. doi: 10.36407/jmsab.v2i1.46.

Zhang, Min, Fang Qin, G. Alan Wang, and Luo Cheng. 2020. “The Impact of Live Video Streaming on Online Purchase Intention.” *The Service Industries Journal* 40(9–10)(656–681).