

DAFTAR PUSTAKA

- Agustintia, D., & Putra, O. A. (2024). Pengaruh Trust , Service Quality , dan Preceived enjoyment terhadap Impulsive... *MEDIKONIS: Jurnal Media Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 60–68. <https://tambara.e-journal.id/medikonis/index>
- Aldilla, F. A. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Repositori Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, April, 30.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 86–96.
- Apasrawirote, D., Yawised, K., & Muneesawang, P. (2022). Digital Marketing Capability: the Mystery of Business Capabilities. *Marketing Intelligence and Planning*, 40(4), 477–496. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2021-0399>
- Arachchi, H. A. D. M., & Samarasinghe, G. D. (2023). Impulse Purchase Intention in an AI-mediated Retail Environment: Extending the TAM with Attitudes Towards Technology and Innovativeness. *Global Business Review*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:265547956>
- Atmaja, H. S., Achsa, A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying pada Konsumen Alfamart Kota Magelang Magelang City. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i1.1773>
- Arianda, A. A., Rafidah, R., & Orinaldi, M. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Konsumen Koffiekopi Kota Jambi. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 81-97.
- Kusnanto, D., Haq, A. A. F., & Fahmi, I. S. (2020). Pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi grab (grabfood). *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1-9.
- Darmawan, D. (2023). Studi Empiris Perilaku Konsumen Aliexpress: Peran Online Consumer Review, Online Customer Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v6i1.91>
- Desai, V. V. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:197874288>

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawati, R. S. (2018). *Hubungan Kepercayaan Terhadap Toko Online di Media Sosial Dengan Keputusan Membeli Produk Online Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suksa Riau. Skripsi thesis*,. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Managemen. *United States of America: Courier/Kendallville*.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=eb6GEAAAQBAJ>
- Mukhopadhyay, S., & Chung, T. S. (2015). Preference Instability, Consumption and Online Rating Behavior. *International Journal of Research in Marketing*, 33(3), 624–638. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.11.007>
- Nurlina, F., & Sasari, U. (2022). Marketing Mix, Implementation of Marketing Strategies in Health Services: Literature Review. *Healthcare Nursing Journal*, 4(1), 260–264. <https://doi.org/10.35568/healthcare.v4i1.1871>
- Pramesstya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>
- Putri, A. R., & Lestari, W. D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1474 – 1481. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/884>
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70–78. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica>
- Rafifa, H., & Rafida, V. (2024). PENGARUH BUZZ MARKETING, PRICE, PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIP TINT JOLLY TINT PINKROULETTE DI KALANGAN MAHASISWA. *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 12(1).
- Rahman Usman, M. A., Yusuf, R., & Takdir, R. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KUALITAS SISTEM, DAN KUALITAS

LAYANAN TERHADAP KEBERMANFAATAN APLIKASI E-BILIU LAYANAN PAJAK BADAN KEUANGAN KOTA GORONTALO. *Diffusion: Journal of Systems and Information Technology*, 4(1).

- Retrivia, Ryoo, Y., & Kim, W. (2023). Price-Ethicality Association: When Price Discounts Inhibit Ethical Purchasing. *Journal of Business Research*, 169, 114242. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114242>
- Rohimah, S. (2024). *Pengaruh Implusive Buying dan Online Customer Rating terhadap Minat Pembelian Kosmetik Dalam Perspektif Bisnis Alam (Studi Pada Konsumen Topshop Bandar Lampung)*. 4(02), 7823–7830.
- Sari, I. (2024). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35–47.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Sianipar, D. M., Budiman, N. K., Qorihatunnasik, A., & Maesaroh, S. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fitur Go-Food Di Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 859–866.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- Tjiptono, F. (2020). *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategic*. Perpustakaan Universitas Nusa Mandiri.
- Warnerin, G. (2020). Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Yunia, D., & Sampurno. (2017). *Sistem Pemasaran Perumahan Pada Perum Perumnas Regional V Semarang (Doctoral dissertation, Sekolah Vokasi)*.