

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). *Sefa Bumi Persada Aceh*.
- Arya, G. R. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Efek Keragaman Produk dan Harga Produk terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 11–19.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/27608%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/viewFile/27608/18206>
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Operasi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Berndt, A. E. (2020). Sampling Methods. *Journal of Human Lactation*, 36(2), 224–226. <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Chan, T. K. H., Cheung, C. M. K., & Lee, Z. W. Y. (2016). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Information & Management*. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.06.001>
- Erlina, S. (2020). *Pengaruh pemberian kredit terhadap penghasilan usaha kecil masyarakat studi kasus pada PNPM Mandiri Kecamatan Berbah Kabupaten Sleman*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Handoko, H. T. (2021). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPF.
- Harnimurni, De. N., & Suryono, D. W. (2019). *Pengaruh Atribut Produk terhadap E-Impulse Buying dengan UWB dan HWB sebagai Mediasi Belanja Online*. 02(01), 14–33.
- Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kusuma Wardani, N. (2022). *Perspektif Desain Komunikasi Visual Pada Feed Instagram Produk Skincare Sebagai Membentuk Brand Identity*. 244–252.
<https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Maghfiroh, A., & Riptiono, S. (2019). *Analisis Pengaruh Variety Of Selection*

Terhadap E-Impulse Buying Dengan Web Browsing Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Kabupaten Kebumen). 1(1).

Park, E. J., Kim, E. Y., Funches, V. M., & Foxx, W. (2012). Apparel product attributes, web browsing, and e-impulse buying on shopping websites. *Journal of Business Research*, 65(11), 1583–1589. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.02.043>

Pérez, A. (2017). Predicting the binding mode of flexible polypeptides to proteins. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>

Rahmatillah, A., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2020). *Hubungan Antara Label Halal dan Celebrity Endorsment dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kecantikan. 21(1), 1–9.*

Rina, M., Meutia, R., & Ardiyanti, D. A. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Price Discount, dan Display Produk terhadap Impulse Buying Konsumen Saqina Swalayan di Kota Langsa. *JIM: Manajerial Terapan*, 2, 116–125. <http://jim.unsam.ac.id/index.php/JMT/article/view/138>

Sopiah, & Sangadji. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. CV. Andi Offset.*

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D.* Alfabeta. Bandung

Swastha, B., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen.* BPFE. Yogyakarta

Tarwendah, I. P. (2017). Studi Komparasi Atribut Sensori dan Kesadaran Merek Produk Pangan. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 5(2), 66–73.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta. Cv Andi

Veithzal Rivai. (2020). *pengaruh kualitas pelayanan, Penanganan keluhan, Hambatan berpindah dan atmosphere kenyamanan terhadap retensi konsumen. 12(2004), 6–25.*

Wallace, B. Y. T. C., Velasco, A., Lay, T., Zhang, J., Tromp, J., Tape, C., Liu, Q., Thompson, E. M., Wald, D. J., Thio, H. K., Kanamori, H., D. (2016). Damage to fault-zone rocks during fault slip results in the formation of a channel of low seismic-wave velocities. *Bulletin of the Seismological Society of America*, 106(1), 6465–6489.