

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan. (2019) Kementerian Agama Republik Indonesia. Jakarta Timur.
- Chan, G. F., Akhmad, I., & Hinggo, H. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. *Accounting And Business Journal*, 2(1), 151–159.
- Daud, A., Marasabessy, N. C., Utami, E. Y., Hulu, F., & Baene, E. (2024). The Influence Of *Electronic Word of Mouth* On Purchasing Decisions With Customer Reviews As A Moderating Variable. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2398–2406.
- Dewa Gede Ananta Prasetya, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, & Ni Made Puspasutari Ujianti. (2022). Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi *Online*. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 3(2), 365–370.
- Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kontrol Diri, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk Baju Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(8), 718–734.
- Dian Rahmawati, F. (2023). Peran Digital Marketing Dalam Memediasi Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Promosi Dan Harga Terhadap Impluse Buying (Studi Pada E-Commerce Shopee). *JEBA (Journal Of Economics And Business Aseanomics)*, 7(2), 071–086.
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic Word of Mouth* Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap *Impulsive Buying* Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 22–31.
- Electronic, P., Of, W., Kualitas, D. A. N., Branch, R., Woruntu, A. I. J., Nelwan, O. S., & Lengkong, V. P. K. (2023). A . I . J . Woruntu ., O . S . Nelwan ., V . P . K . Lengkong Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT . Mandala Finance Tbk , Cabang Ratahan Glend M . C . Sualang , The Influence Of *Electronic Word of Mouth* (EWOM), Price , And Product Quality On Purchase Decisions At Pt . Mandala Finance Jurnal EMBA Vol . 11 No . 2 April 2023 , Hal . 335-344.
- Elmayanti¹, A., Laksono, B. A., Shalshabella, M. D., Ristanti, N. R., & Fadlia, N. (2023). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif*. 25(2), 297–305.

- Ernestivita, Budiyanto dan Suhermin. *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Fakhrudin Arif, Maria Valeria Roellyanti dan Awan. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022.
- Fasyni, A., Budiarti, A. P., & Lasmini, R. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Online Impuls Buying*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 175.
- Green, P., Dan, M., Image, B., Kasus, S., Followers, P., & Twitter, A. (2020). *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 10(1), 1–9.
- Haramain Muhammad. *Komunikasi dalam al-Qur'a n*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Krisdiyanti, H. Rafika, Rapini, T., & Umi, F. (2019). ASSET : Jurnal Manajemen Dan Bisnis ASSET : Jurnal Manajemen Dan Bisnis. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 38–55.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan EWOM (*Electronic Word of Mouth*) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115.
- Manglo, Muhammad Yusuf Saleh dan Seri Suriani. *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*. Gowa: CV. Berkah Utami, 2021
- Mehyar, H., Saeed, M., Baroom, H., Afreh, A. L. I. A., & Al-Adaileh, R. (2020). Definition Purchasing Intention. *Journal Of Theoretical And Applied Information Technology*, 98(02).
- Noor, Z. Z. (2020). The Effect Of Price Discount And In-Store Display On Impulse Buying. *Sosiohumaniora*, 22(2), 133–139.
- Prasetyo, R. A. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Melihat Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Barat. *Journal Of Mathematics UNP*, 7(2), 62.
- Pratiwi Eny, Indra Krishernawan. *Mengelola Customer Impulse Buying Pada Bisnis Retail Fashion Modern*. Mojokerto: Damarwiyata Press Mojokerto Jawa Timur, 2020.
- Priadana, Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cipayung: Pascal Books, 2021.
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilihan

Suplemen Kesehatan Dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65.

Rabbani, Mulyati, et.al. *Komunikasi Pemasaran*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

Roro, R., & Soemadi, A. (2023). *Volume 20 Issue 2 (2023) Pages 189-197 KINERJA : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen ISSN : 1907-3011 (Print) 2528-1127 (Online) Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Home Delivery The Influence Of Digita*. 20(2), 189–197.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279.

Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). Metode Penelitian Pendidikan. Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Zahriyah, et.al. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jember: Mandala Press, 2021.