

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. (2019). Pengaruh Kenikmatan Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Sate Padang Kupak. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4 (2)(2), 1–20.
- Anggreani, D. D. M., & Suciarto A., S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi) Pada Toko Belanja Online Shopee. *Jemap*, 3(1), 36–51. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i1.2633>
- Aryati, C., & Akhmad, I. (2023). Pengaruh Display Produk , Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Frozen Food Anita. *Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 117–130. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/739/179>
- Asi, M. T. S., Johannes, & Ekasari, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Merk Terhadap Minat Pembelian Mobil Merk Wuling Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 9(No. 3), 149–162.
- Astari, I. Y. (2019). Pengaruh Display, Harga, Promosi, Pelayanan, dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Toko Grosir. *Ekuivalensi*, 5(1).
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevenia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), 203–2018.
- blesa, victoria andrenita, & inriani, farida. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live. *Diponegoro Journal of Management*, 11, 1–11.
- Calvin, N., & Keni, K. (2024). Pengaruh EWOM, Trust, dan Perceived Hedonic Value terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk E-Commerce. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 80–91. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28574>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 19.
- Dian, P., Nadhar, M., & ... (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *UME: Jurnal Yof ...*, 3(3), 65–83. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.34>
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.31.36-56>

- Hasibuan, M. Z., & Siregar, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 18–24. <https://doi.org/10.51544/jmm.v6i1.2116>
- Juatmiko, E., Ritawati, & Patarianto, P. (2015). Pengaruh Display dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Bintang 9 Sidoarjo. . *Jurnal STIE Mahardhika Surabaya* , 3(2).
- Kala', A. (2022). Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui *Trust* Sebagai Variabel Intervening Pada *Online Shop* Shopee. *Journal of Business and Applied Management*, 15(1), 49–60. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Kasinem. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penataan Barang Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Indomaret Talang Banyu Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomika*, 15(1).
- Kasus, S., Gelael, S., & Semarang, C. (n.d.). *IMPULSIF PADA RITEL MODERN Pendahuluan Kemampuan untuk mengetahui karakteristik pelanggan merupakan kunci dalam*. 1–9.
- Kotler, P. Amstrong, K. (2019). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mulyono, M. A., & Aji, S. (2020). Pengaruh Display dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Zoya Kosmetik Gresik. *JEK-(Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif)*, 5(2), 63–71. <https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/28/20>
- Mustafa, T. F. (2023). Analisis Display Produk. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 8(1), 50–55. <https://jurnal.stisipbp.ac.id/index.php/ADBIS/article/view/163/112>
- Nurrahman, A., Gulo, H. C., Rahadian, M. F., Wahyudi, M. E., & Kurnia, D. (2021). Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Ragam Fashion Di Bandung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 27. <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14501>
- Prabowo, A. (2023). Determinan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Mondelez Internasional Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), 83-97.
- Pramesti, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 945–962. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1182>
- Prasetyo, N., & Hanny, R. (2021). Pengaruh Display Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Buku Terbitan Mizan (Studi Kasus Toko Buku Gunung Agung BSD). *Media Ekonomi*, 20(2), 38. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i2.11220>

- Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2022). ANALISIS MENGENAI PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE DITINJAU DARI SUDUT PANDANG SYARIAH (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(01), 49–60. <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v1i01.12>
- Sandi, W., & Wahyudi, T. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Perceived Price, dan Hedonic Motivation terhadap Minat Beli di Yellowfitkitchen pada Masa Pandemi Covid-19. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan ...*, 8(3), 3459–3474. <http://alumni.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/1555%0Ahttp://alumni.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/download/1555/499>
- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi pada Situs Belanja Online Zalora). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 727–738.
- Simanullang, S. R., Sihotang, P. M., & Suginam, S. (2023). Pengaruh Display Tata Ruang Toko terhadap Suasana Berbelanja dan Minat Beli pada Indomaret Teladan Medan dalam Tinjauan Teori Muslim Behavior. *Krigan: Journal of Management and Sharia Business*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.30983/krigan.v1i1.6595>
- Sinabela, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.
- Suprayogi, A., Najibullah, N., Sewaka, S., Sulastri, S., & Ruknan, R. (2022). Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alfamart Cabang Pondok Jagung Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 58–66. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.104>
- Sundari, I., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Bintang Reality Multiland. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 190–200.
- Suryono, I., Ekonomi, T. N.-E. J., Manajemen, undefined, & 2024, undefined. (2024). Moderasi Hedonistic Shopping Motive Atas Pengaruh Strategi Branding dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Mantan. *Journal-Nusantara.Com*, 12(3), 640–651. <https://journal-nusantara.com/index.php/EKOMA/article/view/3296>
- Syamnarila, A. P., Efendi, A., & Abdullah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Charles & Keith Mall Ratu Indah Makasar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(3), 15–25.
- Syamsudin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Website Dan Lingkungan Terhadap

- Impulsive Buying Melalui Perilaku Hedonik Konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(2), 156–164. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/jmso/article/download/8540/4433>
- Terhadap, P., Pembelian, K., Di, S., & Covid-, P. (2021). 2021. 9, 990–1001.
- Triono, D., & Fourqoniah, F. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Atribut Produk Dan Motif Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Di Samarinda. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 67–83. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4009>
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D’Fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225. <https://doi.org/10.31315/be.v18i2.5639>
- Yessy Adittiya Lestari, Hardianawati, & Siti Aisyah. (2022). Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Pulsa Secara Cashless di Tengah Pandemi. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(10), 3772–3780. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1452>
- Yuli Arnida Pohan et all, 2024, *PENGANTAR BISNIS DIGITAL*. Cendikia Mulia Mandiri.
- usda, D. D. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Konsumen Terhadap Impulse Buying Toko Popshop. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 27(3), 79–88. <https://doi.org/10.32767/jurmek.v27i3.1814>