

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Fernanda, “Pengaruh Promosi Penjualan, Daya Tarik Iklan Internet, dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif,” *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 3, no. 5, p. 07, 2019, doi: 10.24912/jmbk.v3i5.6073.
- [2] K. Suherman, “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods PT. Expand Berlian Mulia di Semarang,” *J. Komun.*, vol. 8, no. 1, pp. 83–98, 2016.
- [3] Hatane Samuel, “Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online Dengan Sumberdaya Yang Dikeluarkan Dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi,” *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 8, no. 2, p. pp.101-115, 2006, [Online]. Available:
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16571>
- [4] M. P. Suardika, G. A. A. Ambarawati, and P. Sukaatmadja, “Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik cv golden leaf farm bali,” *J. Manaj. Agribisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2014.
- [5] I. Pratiwi, “Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha,” *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 9, no. 1, p. 98, 2017, doi: 10.23887/jjpe.v9i1.19994.
- [6] S. Fitriyani, T. Murni, and S. Warsono, “Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil,” *Manag. Insight J. Ilm. Manaj.*, vol. 13, no. 1, pp. 47–58, 2019, doi: 10.33369/insight.13.1.47-58.
- [7] M. S. Pulungan, “Konsepsi Bangun Perusahaan Koperasi: Kerangka Pemikiran Badan Usaha Yang Ideal Menurut Pasal 33 Ayat (1) Uud 1945,” *J. Huk. Pembang.*, vol. 49, no. 2, p. 241, 2019, doi: 10.21143/jhp.vol49.no2.2001.

- [8] W. A. Putra, N. Nawasiah, and M. Widyaningsih, “Pengaruh Penentuan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Berskala Mikro/Kecil,” *JIMFE (Jurnal Ilm. Manaj. Fak. Ekon.*, vol. 6, no. 1, pp. 91–102, 2020, doi: 10.34203/jimfe.v6i1.1893.
- [9] Y. P. Kristiutami, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Museum Geologi Bandung,” *J. Pariwisata*, vol. 4, no. 2, pp. 53–62, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- [10] Prof. Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung, 2013.
- [11] Prof. Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 2013.
- [12] M. M. Sanaky, “Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah,” *J. Simetrik*, vol. 11, no. 1, p. 432, 2021, doi: 10.31959/js.v11i1.615.
- [13] G. Mardiatmoko, “PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [*CANARIUM INDICUM L .*]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of ,” vol. 14, no. 3, pp. 333–342, 2020.
- [14] A. Dampak et al., “Jurnal nusamba vol.3 no.1 april 2018,” vol. 3, no. 1, pp. 14–29, 2018.
- [15] M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, 1st ed. Samarinda: Mulawarman University press, 2016.