

BAB VI DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, R., & Gunawan, W. 2020. Perilaku Impulse Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi. *SOSIOGLOBAL : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(1), 44.
- Astuti, F. S., & Wiyadi. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan, Kenikmatan Belanja, Dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif. *JURNAL VALUE: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 88–100. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Azizah, I., & Astuti, P. B. 2024. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Miniso di Trio Mall Kebumen. *JIMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2), 241–255.
- Azmi, N. 2023. Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS KEWIRAUSAHAAN*, 2(1), 30–36.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. 2020. *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*. (1st ed.). Rajawali Pers, 2020.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112.
- Danang Sunyoto, D., Drs, C. B. L. D. M., & Agus Mulyono, M. M. 2022. *MANAJEMEN BISNIS RITEL*.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, & Sytrisno. 2001. *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset Jakarta: Salemba Empat.
- Ismaya, L. T., & Mardiyah, A. 2024. Pengaruh Tagline, Discount Dan Viral Marketing Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Lubuk Pakam. (*Neraca*) *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 537–558.
- Isnaini, N. S., & Noerchoidah. 2021. Miniso Royal Plaza Surabaya Consumer Impulse Buying Behavior. *Journal of Applied Management and Business (JAMB)*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37802/jamb.v2i1.152>

- Kasim, P. M., Ogi, I. W. J., & Sumarauw, J. S. B. 2024. The Influence Of Visual Merchandising, Brand Collaboration, And Viral Marketing On Impulsive Buying In Miniso X Samono Paniki. *Jurnal EMBA*, 12(4), 712–722.
- Kharisma, N. A., Pratiwi, N. made ida, & Mulyati, A. 2024. Pengaruh Discount, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen Miniso Cabang Royal Plaza Surabaya. *GEMAH RIPAHA: Jurnal Bisnis*, 4(3), 27–36.
- Kotler, P. , & Algifari. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Maros, M. , & Juniar, D. 2016. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulidiah, E. P., Survisal, & Budianto Bambang. 2023. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *JURNAL ECONOMINA*, 2(3), 727–737.
- Muzammil, I. F. S., Utami, A. B., & Rista Karolin. 2022. Impulsive buying pada perempuan dewasa awal: Bagaimana peranan self-control? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), 385–394.
- Praditya, R. A., & Purwanto, A. 2024. The Role of Viral Marketing, Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions. (*PROFESOR*) *Professional Education Studies and Operations Research An International Journal*, 1(1), 11–15. <http://www.journal-profesor.org>
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. 2023. Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Rofiqi. (n.d.). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Bonenk Petshop Cabang Gresik. *Soetomo Management Review*, 1(3), 303–319.
- Rook, D. W. , & Fisher, R. J. 1995. Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305–313.
- Sahri, V. B. P., & Sari, D. K. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Price Discount, Store Atmosphere terhadap Pembelian Impulsif dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Miniso Sunrise Mall Mojokerto. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(3), 1–12. <https://doi.org/10.47134/innovative.v2>
- Sentia Wardani, W., Kartikaningsih, D., Yani, A., & Simanjuntak, R. 2022. Analisa pengaruh Marketing Mix dan perilaku konsumen setelah Covid-19 terhadap keputusan Impulse Buying pada Miniso Cabang Mall Ciputra Jakarta. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(5), 2518–2527.

- Sera Triya Meilida, Cindy Agnesia, Balqis Larasati, Septia Nur Humairoh, & Nadiya Fikriatuz Zakiyah. 2025. Pengaruh Content Marketing, Social Media Marketing, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 154–166. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4063>
- Sodikun, M., Kadir, J. A., & Wiadi, I. 2024. The Role of Viral Marketing in Social Media on Brand Recognition and Brand Preference in Property Sales. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 132–143. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Surya Atmaja, H., Achsa, A., & Sijabat, Y. P. 2023. Pengaruh Sales Promotion, Store Atmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Alfamart Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i1.1773>
- Tjiptono, F. 2020. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset.
- Utami, D., Suryanto, T., & Devi, Y. 2025. Pengaruh Viral Marketing& Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Theoriginotedalam Perspektif Bisnis Islam(Studi Pada Generasi Z pengguna Produk The Originotedi Bandar Lampung). *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 3(4), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Wahyuni, S., & Setyawati, D. 2020. Analisis Impulse Buying pada Konsumen Ritel. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 45–55.
- Wiyono, S. H., Kusumaningtyas, D., & Raharjo, I. B. 2023. Pengaruh Viral Marketing, Flash Sale, Dan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee. *SIMANIS: Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 497–505.
- Zineb, L. 2025. Marketing Research Problem: Failing to Identify MINISO's Target Consumer in Process. *OALib*, 12(07), 1–12. <https://doi.org/10.4236/oalib.1113677>