

## DAFTAR PUSTAKA

- Andy Putra Mahkota, I. S. (2014). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Pelanggan Website Ride Inc)*. Vol.8, No.2, 1-7.
- Arohman, A. N. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Lady Fame Shop (Studi Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Muhammadiyah Pringsewu) Tahun 2018*. Vol. 09 No. 02, 24-34.
- Ermy Wijaya, Y. O. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu*. 10-22.
- Fariz Ramadhan, I. M. (2018). *Pengaruh Impulse Buying Dan Frekuensi Kunjungan Terhadap Niat Pembelian Pada Situs Tokopedia Di Kota Denpasar*. Vol. 7, No. 2, 759-784.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Gigih Wahyu Utomo, B. P. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan*. 10-21.
- Harmon, N. D. (2016). *Faktor Penentu Perilaku Impulse Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung*. Vol. 2, No.3, 121-133.
- Imam Agus Faisal, Y. R. (2017). *Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*. 1-10.
- Jayanti, R. D. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang)*. Vol X No 1, 14-27.
- Ligia Stephani Samosir, Y. R. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra*. Vol. 15, No 2,, 232-240.
- Mariati Tirta Wiyata, E. P. (2020). *Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli*. Volume 3, Nomor 1,, 11-22.
- Muhammad Ikhsan Putra, S. Y. (2014). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia)*. Vol. 12 No. 1, 1-10.
- Sudarsono, J. G. (2017). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positivisme Emotion Pada Zara Surabaya*. Vol. 11, No. 1,

16-25.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, Cv.

Uyanto, S. S. (2009). *Pedoman Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wulandari, C. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian*. 10-25.

Yulia Dwi Tirtasari, N. H. (2020). *Pengaruh Price Discount, Shopping Lifestyle Dan Consumer Trust Terhadap Impulse Buying Pada Situs Marketplaces Shopee*. 46-57.

Yusup, F. (2018). *Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Vol. 7, No.1, 17-23.