

DAFTAR PUSTAKA

- Andriany, Arda. 2019. *The Effect Of Bonus Pack and Price Discount on Buying Impulse in Marketplace Consumers in Medan*. **Vol 1 No 1 : Volume 1, Nomor 1.**
- Aprilliani, Khuzaini. 2017. Pengaruh *Price Discount, Positive Emotion* dan *In-Store Stimuli* Terhadap *Impulse Buying*. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 6.**
- Artana, Wisesa, Setiawan, Utami, Yasa, dan Jatra. 2019. Pengaruh *Store Atmosphere, Display Product*, dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying*. **E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 8.4 : 369-394.**
- Berpacu Dengan Covid-19 : Melihat Lebih Dalam Bagaimana Konsumen Indonesia Bereaksi Terhadap Sang Virus, Retrieved 19 Oktober, 2020, from Nielsen.com Web Site : <https://www.nielsen.com/id/id/insights/article/2020/berpacu-dengan-covid-19-melihat-lebih-dalam-bagaimana-konsumen-indonesia-bereaksi-terhadap-sang-virus/> Intext citation: Berpacu Dengan Covid-19.
- Cakraningrat, Ardani. 2016. Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Shopping Emotion* dan *Impulse Buying* di *Discovery Shopping Mall*. **E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7.**
- Delihade, Massie, J. Tielung. 2017. Pengaruh Potongan Harga dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. **Jurnal EMBA Vol.5 No.3, Hal. 3538 – 3549.**
- Diah, Pristanti, Aspianti, Syachrul. 2018. *The Influence of Hedonic Shopping Value and Store Atmosphere and Promotion of Impulse Buying through Positive Emotion on the consumer of Sogo Department Store in Samarinda*. **Advances in Economics, Business and Management Research, volume 75.**
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS cetakan kedelapan. Semarang : Penerbit BPUNDIP
- Hasanah, Widiartanto. 2017. Pengaruh *In Store Promotion, Store Atmosphere, Emosi Positif* Terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen *Robinson Departement Store Mal* Ciputra Semarang. **Vol 7, No 4 : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.**

- Maulana, Mukhlis, Novalia. 2019. *The Effect of Shopping Life Style and Positive Emotion on Buying Impulse (Case Study of the Palembang City Hypermarket)*. **Information Management and Business Review (ISSN 2220-3796) Vol. 11, No. 1, pp. 17-23.**
- Pendapatan Nasional Indonesia 2015-2019. (2020). Retrieved 19 Oktober 2020, from Badan Pusat Statistik Web site : <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/12/7fe8d749c43bad46b1601662/pendapatan-nasional-indonesia-2015-2019.html> Intext citation : Pendapatan Nasional Indonesia 2015-2019.
- Saputra, Hidayati, Basalamah. 2020. Pengaruh *Marchandise, Store Atmosphere* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Studi Pada Konsumen Ramayana Department Store Malang. e – **Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma Vol. 9 No. 01.**
- Sari, Faisal. 2018. Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* pada Giant Ekstra Banjar. **Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan (ISSN: 2597-467X) Vol. 2. No.1.**
- Shaleha, Hamid, Hakim. 2020. Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Utilitarian Value, dan Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Minnisou Lippo Plaza Kendari. **Jurnal, Bisnis, Manajemen dan Perbankan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Vol 6 No 2.**
- Sopiyan, Kusumadewi. 2020. Pengaruh *Shopping Lifestyle dan Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying*. **Jurnal Ilmiah Manajemen E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620 Vol XI No 3.**
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Ismawati. 2020. Pengaruh *Price Discount* dan Strategi Lokasi Terhadap *Impulse Buying* Pada Swalayan Alfamart Kota Bakti Kabupaten Pidie. **Jurnal Sains Riset Volume 10, Nomor 2.**
- Usvita Mega. 2016. Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle dan Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* Pada Plaza Andalas Padang. e- **Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 4, Nomor 1 : 71 – 75.**
- Vilalba Eles. 2017. Pengaruh *Store Atmosphere dan Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian *Impulse Buying* pelanggan Carrefour Market. **Management and Business Review, 1(2), 54-64.**

Wilujeng Sri. 2017. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang. **Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama “Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global”Malang.**

Winantri Nyoman. 2016. Pengaruh Kondisi Emosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Di Indomaret Cabang Desa Tampaksiring Tahun 2016. **Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE) Volume: 7 Nomor: 2.**

