

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Kotler, P. and He, Z., 2012. *Marketing: an introduction*.
- Belch, G.E & Belch, M.A. 2012. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. Ninth Edition*. New York: McGraw Hill.
- Berman, Barry and Joel R. Ervans, 2007, *Retail Management*. New Jersey : Prentice Hall
- Data Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Jawa Tengah. 2018
- Devid, Ulva Sari, 2017, Pengaruh *Price Discount, Sales Promotion, dan In-Store Display* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* pada PT Matahari Departement Store Tbk Panakkukang Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar
- Ferdinand A. 2002. *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen. Edisi 2, Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19* Semarang: Universitas Diponegoro
- Gumilang, Wayan Aris & Nurcahya, I Ketut. 2016. Pengaruh *Price Discount* dan *Store Atmosphere* terhadap *Emotional Shopping* dan *Impulse Buying*. E Jurnal Manajemen Vol 5 No 3
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, (Fourth ed.), Prentice Hall: New Jersey
- <https://industri.konyan.co.id/news/industri-ritel-di-indonesia-akan-terdampak-revolusi-industri-40> diakses tanggal 6 Maret 2019 pukul 17.30
- <https://ritapasaraya.co.id> diakses tanggal 2 Februari 2021
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Kenneth E. Clow & Donald Back, 2012, *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications, 5th Edition*, University of Louisiana at Monroe
- Kotler, Philip and Amstrong, Gerry. *Principles of Marketing 12th Edition*. Pearson Education 2012
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. Prantice Hall. 2012

- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. 2012. Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Prantice Hall. 2012
- Ma'ruf, Hendri, 2018, Pemasaran Ritel, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Manggiasih, Pawestri Febrisa. Widiartanto. & Bulan Prabawani. 2017. Pengaruh *Discount, Merchentdaising, dan Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying*.
- Mowen, J.C. and Minor, M., 2002. Perilaku konsumen. Alih Bahasa Lina Salim, Edisi Kelima. Jakarta: PT. Erlangga.
- Prihastama, Brian Vicky 2016. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* pada Pelanggan Minimarket, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Putri, Y.T.A. dan Edwar, M., 2014. Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya, Faklutas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Surabaya.
- Rahmadana, Nur Maya Sari. 2016. Pengaruh *Display Product* dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. Ejournal Adbisnis Universitas Mulawarman
- Ramadhan, Fariz & Jatra, I Made. 2018. Pengaruh *Impulse Buying* dan Freakuensi Kunjungan terhadap Niat Pembelian pada Situs Tokopedia di Kota Denpasar. E-Journal Manajemen Unud . Vol 7 no 2
- Samiya Loya, Saman Ismail, Mohammad Zubair Khan. 2017. *The Influence of In Store Display on Sales*. International Journal of Humanities and Social Science Vol. 5 No 11
- Sari, Aprilia Eka. 2014. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. Jurnal Sains Pemasaran Indonsia Volume XIII No.1
- Sari, Ruslimah Della & Faisal, Ikhwan. 2018. Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack* dan *In Store Display* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Pada Giant Ekstra Banjar. Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan. Vol.2 no 1
- Setyasih, Diana Arif,. 2017. Analisis Pengaruh Price Disount, Bonus Pack dan In Store Display terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Yogyakarta
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis: Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2018. *Ekonomika Terapan (Teori dan Aplikasi SPSS)*. Yogyakarta
- Supma,Evita. 2018. Pengaruh *Price Discount* terhadap Keputusan *Impulse Buying*. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara
- Swastha, Basu dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern. (Yogyakarta: Liberty, 2017), 37. 2
- Syazkia, Sindy Nur & Lili Yuliati, 2018. Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen PT. Lion Indo Gerai Antapani. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom
- Sylvia Terra Dona, Sugiarto & Mudiantono, 2017, Analisis Pengaruh Kreativitas Display, Promosi Store Aid terhadap Customer Delight dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume XV No.3 Desember 2016 181-192
- Tjiptono, F., 2008. Strategi bisnis pemasaran. Edisi III. CV. Andi. Offset, Yogyakarta.
- Verplanken, B. and Herabadi, A., 2001. *Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking*. European Journal of personality,15(S1), pp.S71-S83.
- Waani, Rivie C.T & Tambuan, Willem, JF Alfa. 2015. *The Influence of Price Discount, Bonus Pack, and Store Display on Impulse Buyin Decision in Hypermarket Kairagi Manado*. Jurnal EMBA Vol 3 No 3
- Wahyudi, Septian. 2017. Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buying*. Jurnal Valuta Vol 3 No 3
- Wilujeng, Sri. 2017. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* Konsumen Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. Seminar Nasional *Call for Paper* . FEB Unikama
- Xu, Y. and Huang, J.S., 2014. *Effects of price discounts and bonus packs on online impulse buying*. Social Behavior and Personality: an international journal, 42(8), pp.1293-1302.
- Yudistira, Sadela., 2017. Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack* dan *In Store Display* terhadap *Impulse Buying* serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konusmen. Jurnal Manajemen Update Vol. 5 No 2
- Yulianti, Ai Lili & Syazkia, Sindi Nur. 2018. Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen PT Lion Super Indo Gerai Antapani. *E-proceeding pf Management* vol.5.

Yuniarti, Dewi Rozmita & Aprianti, Subhi Ridwan. 2017. Pengaruh *In Store Display* terhadap Keputusan Pembelian Minuman Berkarbonasi Coca Cola. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*

