

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, N. 2020. *Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Tevina Mart UKUI 1 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tidak Diterbitkan .
- Arianty, S., Supriyadi, S., & Tanjung, Y. 2019. *Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan: Nilai guna cardinal dan ordinal*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 10(2), 123-135. <https://doi.org/xxxxx>
- Alifah & Hadi. 2022. *Pengaruh In-Store Display Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Konsumen Indomaret Di Ponorogo)* . . Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Diakses Pada Tanggal: 14-01-2024, 7 No. 1, 241–254.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Cetakan Ke-14. Alfabeta.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Darna, N. *et. al.* 2023. *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Cetakan Ke-1. Penerbit Deepublish: CV. Budi Utama.
- Dwijayanti. 2020. *The impact of sustainability claims on DIY customers' perceived value and buying intention-the Limbic (R) model approach* . (Doctoral dissertation, Technische Hochschule Ingolstadt.
- Ely Arinawati, Badrus Suryadi. 2021. *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia. hal. 28.
- Ernestivita, G. *et.al.* 2023. *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Febriyanti, I. R. R. G. , J. U. A. & A. A. 2021. *Pengaruh Display Product Dan Price Discount Di Masa Pandemic Covid-19 Terhadap Impulse Buying Produk Food Supermarket (Studi Pada Konsumen Toserba Yogya Ciranjang*. Cakrawala Repositori IMWI, 4(4).

- Hasibuan M. S. P. 2014. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: Cetakan kesepuluh. PT Bumi Aksara.
- Jaya, U. A. , B. S. I. , & S. B. 2020. *Pengaruh Price dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo di Sukabumi*. Cakrawala Repositori IMWI, 3(1), 33–42.
- Kearney. 2021. *Leapfrogging into the Future of Retail. The 2021 Global Retail Development Index*. Tersedia: <https://www.kenney.com/industry/consumer-retail/global-retail-development-index>. [16 Februari 2024]
- Kotler, P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. dan L. K. 2015. *Marketing Management*. 15th Edition. England: Pearson Education.
- Kotler, P. dan L. K. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Mahar, et. al. 2022. *Pengaruh Keragaman Produk, Price Dsicount, Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Saqina Swalayan Di Kota Langsa*. JIM: Manajerial Terapan. Diakses Tanggal 23-12-2023, 2. No. 1.
- Melina, M., & Kadafi, M. A. 2017. *Pengaruh Price Discount dan in-Store Display terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store di Samarinda*. In FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (Vol. 19, No. 2, pp. 201-209).
- Muthiah, I. , P. D. A. S. , & R. M. 2018. *The Effect Of Visual Merchandising Product Display and Store Atmosphere on Impulse Buying Behavior (Case Study on Matahari Department Store in Makassar City)*. Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship, 1, 88–103.
- Nurhidayah, M. 2022. *Analisis Faktor Impulse Buying Konsumen Alfamart Kota Tengah*. Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 04, N. 01.
- Putri, N. A. 2020. *Pengaruh Brand Knowledge Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Moderasi*. SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi, 2.
- Putri, Y. T. A., & Edwar, M. 2014. *Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount terhadap Impulse Buying pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro*

- Surabaya. Universitas Negeri Surabaya. Retrieved from.
- Reka. 2021. *Kontribusi Feature Display Product Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Untuk Produk Food Supermarket Era Copid 19 (Studi Kasus Toserba Selamat Cabang Sukabumi)*. Jurnal Ekonomedia: E-ISSN 22751496; STIE PASIM; Sukabumi, September 2021; Vol. 10 No. 02.
- Risma. 2023. *Pengaruh Potongan Harga Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Yang Dimoderasi Oleh Emosi Positif*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Tidak diterbitkan.
- Robikayati, A. 2022. *Pengaruh In-Store Display Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Konsumen Indomaret Jln. Sultan Agung Ponorogo)*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Sabilla, S., & Santoso, B. H. 2018. *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 7(4).
- Sandi, S. 2020. *Pengaruh Display Produk, Diskon Harga, Dan Bundling Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Sangadji E. M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Jakarta: Salemba. hal. 177.
- Saputro, I. B. 2019. *Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16 (1), 35–47.
- Sari, A. K. 2019. *Pengaruh Discount, Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying*. Makassar: UMS. Diakses Tanggal 20-12-2023.
- Sari, W. , et. al. 2022. *Pengaruh Store Environment, Price Discount, Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Pembelian Impulsif) Yang Dimoderasi Oleh Positive Emotion Pada Konsumen The Body Shop Di Sun Plaza Medan*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*. 2(03). Diakses Tanggal 04-01-2024, 236–247.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen (ke-7.)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Sopiah dkk. 2017. *Tampilan dalam toko*. Jakarta: rineka cipta.
- Sudrajat, D. et. I. 2023. *Manajemen Administrasi Perkantoran Teori dan Praktek* (A. Sofatunisa, Ed.). CV. Mega Press Nusantara.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cetakan Ke-26 Penerbit: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edisi-2. Bandung: Cetakan Ke-29. Penerbit: Alfabeta.
- Suryani, I. 2023. *Pengaruh Price Discount, Display Product, Store Atmosphere dan Shopping Emotion Terhadap Impulsive Buying (Studi Empiris Pada Pelanggan Alfamidi Super Rantepao)*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3). Diakses Tanggal 10-12-2023, 25718–25724.
- Sutisna. 2014. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, et. al. 2021. *Pengaruh Bauran Promosi, Harga, Display Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Anugerah Farma Di Kota Gorontalo* doi: 10.24090/mabsya.v3il.4746. . Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah 3(1). Diakses Tanggal 14-01-2024, 75–91.
- Tasyakura, L. 2019. *Pengaruh Display Produk, Suasana Toko, Dan Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Sakura Di Semarang*. Jurnal FE Manajemen UNISSULA. Diakses Tanggal 10-12-2023.
- Tjiptono Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Trioko, E. , S. S. , & A. G. N. 2021. *Pengaruh display produk dan promosi serta emosi positif terhadap impulse buying*. Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM), 6 (3).
- Utami, C. W. 2017. *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi, Fachri. 2018 *Strategi Relationship Marketing Pada Media Sosial Berbasis Lokasi (Studi Pada Media Sosial Yogrt)*. Jakarta: Universitas Indonesia. Disertasi tidak diterbitkan.
- Wahyudi, Septian. 2017. *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Valuta Vol. 3 No. 276.

- Wibowo, Nasib. 2017. *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada PT. TOYOTA AUTO 2000 Cabang Sisimangaraja Medan*. Politeknik Unggul LP3M.
- Yahmini, E. 2019. *Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga*". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 2(1), 41–56.
- Yuniawati, Y. 2023. *Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Produk UNIQLO*. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3). Diakses Tanggal 10-12-2023, 321–327.