

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldhilla, & Ridho, M. (2014). *Pengaruh Point Of Purchase Communication Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Hipermarket Lotte Mart Kota Bandung. Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia.*
- Ali, H., & Asim. (2012). *An Analysis Of In-Store Shopping Environment On Consumers' Impulse Buying: Evidence From Pakistan, Proceedings of 3rd SAICON.*
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen.* Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amsani, P., & Hadi, S. (2017). *Pengaruh Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen LotterMart Semarang).*
- Baskara, Bayu, & Indra. (2018). *Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying)(Studi Kasus Pada Pengunjung Matahari Departemen Store Johar Plaza Jember). Jurnal Fakultas Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.*
- Budianto, A. (2020). *Manajemen Pemasaran.* Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (2012). *Perilaku Konsumen.* Tangerang: Binarupa Aksara.
- Ferrel, Andriyanto, D. S., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). *Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.*
- Firmansyah, A. (2018). *Pengantar Manajemen.* Yogyakarta: Edisi ke-1.
- Firmansyah, Budi W, & Mahardika. (2018). *Pengantar Manajemen.* Yogyakarta.
- Fitzgerald, M. (2012). *Efektivitas Point Of Purchase Dalam Meningkatkan Impulse Buying Pada Peritel di Surabaya. Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran.*
- Gama, & Salasa A. (2020). *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan, dan Aplikasi.* Bali: CV. Noah Aletheia.
- Hardani et.al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.* Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hasibuan. (2015). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayanti, & Seno. (2015). *Pengaruh Point Of Purchase, Discount, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Mutiara Cahaya Slawi). Jurnal Administrasi Bisnis.*

- Japrianto, S. (2011). *Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusuma et.al. (2018). *Pengaruh Discount Price dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Unit Dirgahayu)*. *Jurnal Makro Manajemen*.
- Kusumandaru, Pangestuti, & Trifiyanto. (2021). *Pengaruh Point Of Purchase, Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret di Kecamatan Kebumen)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Lestari. (2018). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta*. *Jurnal Maksipreneur Manajemen, Koperasi dan Entrepreneurship*.
- Mahmoeddin, F. L. (2018). *Manajemen Komunikasi. Point Of Purchase dalam menginformasikan produk*, 16.
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Nurmalina, & Rita et.al. (2015). *Pemasaran dan Konsep Aplikasi*. Bogor: IPB Press.
- Oktaviani et.al. (2020). *Pengaruh Point Of Purchase Display dan Diskon Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Jawa Timur)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Hal 416-424.
- Pangestuti, E., & Trifiyanto, K. (2021). *Pengaruh Point of Purchase Discount, Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Indomaret Kecamatan Kebumen)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Prastia, Hursepuny, & Oktafani. (2018). *Pengaruh hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee\_ID*. *Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*.
- Prihastama, & Vicky B. (2016). *Pengaruh Price Discount dan Bonus pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket Indomaret*. *Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Diakses 27/11/2021.

- Putra et.al. (2020). *Pengaruh Point Of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di Matahari Departemen Store Bengkulu. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis.*
- Putri, A. R., & Winarno. (2019). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Chandra Pringsewu. Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen.*
- Sari, Devi, Ulfa, & Machfoedz. (2017). *Pengaruh Price Discount, Sales Promotion, dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada PT. Matahari Departemen Store Makasar). Skripsi Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Aluddin Makasar.*
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen.* Yogyakarta.
- Shimp, Mahmoeddin, F. L., & Ratnasari, A. (2018). *Point Of Purchase Dalam Menginformasikan Produk. Jurnal Prodi Manajemen Komunikasi, Universitas Islam Bandung.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suprihanto, & John. (2014). *Manajemen.* Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Swastha, D. (2014). *Manajemen Pemasaran.* BPFE: Yogyakarta.
- Tirtasari. (2021). *Pengaruh Price Discount, Shopping Lifestyle Dan Consumer Trust Terhadap Impulse Buying Pada Situs Marketplaces Shopee. Jurnal Riset Manajemen.*
- Tjiptono, & Lestari, P. (2018). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. Jurnal Maksipreneur .*
- Ulfa, & Maria. (2011). *Pengaruh Point Of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Luwes Mujosongo Surakarta. Skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Sebelas Maret.*
- Utami. (2011). *Manajemen Ritel.* Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi. (2017). *Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying (studi kasus pada store azawa parfume). administrasi bisnis.*
- Wilujeng, & Sri. (2017). *Pengaruh Discount Price dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying di Kecamatan Sukun Kota Malang. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas PGRI Kanjuruhan Malang.*

Winarno, P. (2019). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In Store Display terhadap keputusan Impulse Buying (studi kasus pada chandra pwingsewu. jurnal ilmiah ekonomi manajemen.*

Zainurossalamia. (2020). *Manajemen pemasaran.* Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.