

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, M. (2010). *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*. PT. Elex Media Komputindo.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Desma Erica Maryati Manik, & Erveni. (2020). Pengaruh Price Discount Dan in-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34–43.
<https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i1.33>
- Ehsani Masouleh, S., Pazhang, M., & Siahkali Moradi, J. (2012). What is Impulse Buying? An analytical network processing framework for prioritizing factors affecting impulse buying. *Management Science Letters*, 2(4), 1053–1064.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2012.03.016>
- Hetharie, J. A. (2012). Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada konsumen Matahari Department Store Kota Ambun). *Manajemen Teknologi*, 11(5), 280–294.
<http://www.mannakampus.com/allprofil.html>. (2010).
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education, Inc.
- Kuncoro. (2011). *Metode Kuantitatif* (4th ed.). UPP STIM YKPN.
- Kusumandaru, A. V. (2017). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In-Store Display terhadap Impluse Buying Matahari. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*,

6(9), 1–19.

Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company. *Manajemen, STIE TRICOM*, 12(2), 101–111.

Prihastama. (2016). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket (Studi Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta)*.

Sadela. (2017). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan In store Display Terhadap Impulse Buying Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konusmen (Studi Pada Supermarket Xing Mart di Kota Pontianak). *Jurnal Manajemen*, 6, 2.

Samma, S. (2021). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Behavior Konsumen Pada 5*.
<http://eprints.unm.ac.id/19462/>

Sari, D. U. (2017). *Pengaruh Price discount, Sales promotion, dan In store display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada PT.Matahari Departement Store Panakkukang Makassar*.

Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 46–53.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif DAN R & D*.

ALFABETA.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). CV. Andi Offset.

Utami. (2010). *Manajemen Ritel* (2nd ed.). Salemba Empat.

Waani, R. C. T., & Alfa Tumbuan, W. J. F. (2015). the Influence of Price Discount, Bonus Pack, and in-Store Display on Impulse Buying Decision in Hypermart Kairagi Manado. *F.A. Tumbuan. The Influence of Price... Jurnal EMBA*, 33(4213), 420–428.

Warnerin, G., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Diskon Dan in-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 896–903.
www.sentrarak.com

Wiyono. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS & SmartPLS*. UPP STIM YKPN.