

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Setiyowati & Dwi Hastjarja Kustijana, “*Pengaruh Discount Price, In-Store Display dan Sales People Terhadap Pembelian Ipulse Dengan Impulse Buying Tendency Sebagai Variabel Moderasi*”, (J-MKLI VI.1, No.1, April 2017).
- Ana Fitria, *Journal Of Intelligent System: “Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsive Konsumen Indomaret Pontianak”*, Jurusan Sistem Informasi, STMIK Pontianak, Vol. 1, No. 2, Juni 2016.
- Aria ahmad pradana dkk, *jurnal ekonomi, manajemen, akuntansi dan perpajakan (jemap) : analisis pengaruh potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko terhadap perilaku pembelian impulsif pada pelanggan indomaret hybrid di kota semarang*, fakultas ekonpmi dan bisnis unika soegijapranata, volume. 2, no. 1, april 2019.
- Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014).
- Bambang Suwarno, *International Journal Of Science And Business: “ An Empirical Examination Of Price Discount, Bonus Pack, And Instore Display On Consumer’s Purchase Intention”*, Volume 2. No. 2, 2020.
- Boyd Harper W, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, (Jakarta: Erlangga 2000).
- Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* , (Jakarta: GUEPEDIA, 2021).
- Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*.
- Crusyta Valencia Hursepuny Dkk, *e-Proceeding Of Management: Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Livestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee ID*, Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom, Volume.15, No.1, 2018.
- Denny Kurniawan Dkk, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra: Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervenin Studi Kasus Di Matahari Departemen*

- Store Cabang Supermall Surabaya*, Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra, Volume.1, No.2, 2013.
- Desak Made Febri Purnama Sari Dkk, “*Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Dengan Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening Papaya Fresh Gallery Denpasar*”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol.5 No.2, Desember 2020.
- Dian Sukma Andriyanto Dkk, *Jurnal Administrasi Bisnis: Pengaruh Fashion Involvement Dan Positif Emotion Terhadap Impulse Buying (Survei Pada Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Volume.31, No.1, Februari 2016.
- Dimas Pratomo, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah: “Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)”*, UIN Raden Intan Lampung, Vol. 2, No. 2, Juni 2019.
- Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010).
- Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, (Semarang: Semarang University Press, 2012).
- Ermy Wijaya Dkk, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu, Volume.7, No.1, 2019.
- Gita Warnerin, “*Pengaruh Diskon Dan In-Sore Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Departemen Store Gress Mall Gresik*”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol.8 No.2, 2020.
- <http://databoks.katadata.co.id> diakses pada tanggal 9 Juli 2021.
- <https://shop.hypermart.co.id> diakses pada tanggal 22 Februari 2022.
- <https://www.topbrand-award.com> diakses pada tanggal 8 Juli 2021.
- <https://www.tribunnewswiki.com> diakses pada tanggal 22 Februari 2022.

<https://www.tribunnewswiki.com> diakses pada tanggal 22 Februari 2022.

- I Komang Agus Hari Chandra Dkk, *Pengaruh Jenis Kelamin, Promosi Penjualan, Dan Sifat Materialism Terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Bali.
- I Putu Widya Artana Dkk, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis: Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Bali, Vol. 8, No.4, 2019.
- I.G.A Prita Dewi Maharani Dkk, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis : Customer Purchasing Behavior Analysis On Impulse Buying*, Undiknas Graduate School Denpasar Bali, Volume. 15, No. 3, Juli 2018.
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).
- Jenni Anggraeni Dkk, *Journal Of Management: Pengaruh Keaneka Ragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Di Butik Cassanova Semarang*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang, Volume.2, No.2, Maret 2016.
- Jhon Mowen Dan Michael Minor, *“Perilaku Konsumen”*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Kenneth E, Clow Dan Donald Baack, *“Marketing Management Acustomer-Orinted Approach”*.
- M. Taufiq Amir, *“ Manajemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern”*, (Jakarta: Ppm, 2000).
- Melina, M Amin Kadafi, *FORUM EKONOMI: “Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying”*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, Vol.19, No.2, 2017.
- Mohammad Andryansyah Dkk, *Jurnal Adminstrasi Bisnis (JAB) : Pengaruh Hedonic Moitives Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Volume. 57, No. 1, April 2018.
- Muhammad Luqman Khais dkk, *e-Jurnal Riset Manajemen: Pengaruh Store Atmosphere, Experiential Marketing Dan*

- Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Di Era Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Konsumen Starbuck Malang)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- Nur Rahmah Dan Mundi Idris, *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah: "Impulse Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam"*, Institut Agama Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka, Vol.1, No.2, 2018.
- Nurus Safaatillah, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen: Analisis Pengaruh Faktor Price Discount, Bonus Pack Dan Brand Image Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Produk Oriflamme Di Kota Lamongan*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan, Volume 2, No. 3, Oktober 2017.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta, PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008).
- Rendy Gulla Dkk, *Jurnal Emba: "Analisis Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN"*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol. 3, No. 1, Maret 2015.
- Rendy Novanda Sumanto Liem, *Strategi Pelaku Bisnis Ritel Dalam Mengembangkan Produk Rivate Label*, Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Rina Apriliani, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen: Pengaruh Price Discount, Positive Emotion Dan In-Store Stimulti Terhadap Impulse Buying*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Volume 6, No. 6, 2017.
- Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistic Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2017).
- Rozmita Dewi Yuniarti Dan Ridwan Subhi Aprianti, *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis, "Pengaruh In-Store Display Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Berkarbonasi Coca-Cola (Survey Pada Konsumen Di Carrefour Paris Van Java Sukajadi Bandung)"*, Vol.8, No1.5, Februari 2009.
- Salim & Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis*, (Jakarta: KENCANA, 2019).
- Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

- Septian Wahyudi, *Jurnal Valuta: Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying*, Departemen of Administration Business Studies Program Faculty of Social And Political Science Islamic University Of Riau, Volume 3, No. 2, Oktober 2017.
- Silvia Anindita Oktaviana Dkk, *DIMENSI: “Analisis Price Discount, In-Store Display, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Impulse Buying pada Gramediasolo Square Di Era New Normal”*, Fakultas Ekonomi Universitas Batik Surakarta, Vol.10, No.2, Juli 2021.
- Sofy Haniffah Rahman Dkk, *Jurnal Sains Manajemen: Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Purchase Intention*, Volume 2, No. 1, Februari 2020.
- Sopiah Dan Syihabudin, *“Manajemen Bisnis Ritel”*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).
- Sri Isfantin Puji Lestari, *Jurnal Maksipreneur: Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonic Di Carrefour Surakarta*, STIE Wijaya Mulya Surakarta, Volume 7, No. 2, Juni 2018.
- Sri Wilujeng, *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang*, Universitas Kanjuruhan Malang, 2017.
- Suryani Dan Hendryadi, *METODE RISET KUANTITATIF: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015).
- Wayan Aris Gumilang Dkk, *Jurnal Manajemen : Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping Dan Impulse Buying*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Bali, Volume. 15, No.3, 2016.
- Widianingsih Dan Samsul Rizal, *Modul Menata Produk*, (Penerbit Erlangga: Bandung, 2012).