

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Bob. 2015. Manajemen Ritel. Bandung: CV. Alfabeta
- Arikunto, M. 2014. Strategic Management: The Most Admired Companies. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____, Suharismi. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka.
- Arnould. 2015. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Assuri, Sifjan 2015. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. Edisi Pertama, Raja GrafindobPersada Jakarta.
- Babin, B. J. dan W. R. Darden, dan M. Griffin. (2015). Consumer self-regulation in a retail environment. *Journal of Retailing*, 71, hal. 47-70.
- Belch & Belch 2015. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Bitta, A.J.D. 2014. Consumer behavior, Concepts and Applications. Fourth edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Blackwell Samuel (2013) *Perilaku konsumen & strategi pemasaran* Edisi 9, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Brian Vicky 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)*.
- Clow, K. E, & Baack, D. E. (2012). Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication, Prentice Hall PTR.

Della Asmaria Putri, Emil Salim, Vicky Gate Kumbara & Elfiswandi (2020)
Pengaruh Diskon Harga, Paket Bonus, dan In-Store
Tampilan Impulsive Buying di Supermarket.

Della Ruslimah Sari & Ikhwan Faisal (2018) Pengaruh Price Discount, Bonus Pack,
Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying
(Pada Giant Ekstra Banjar).

Engel, James F., R. D Blackwell., dan P. W Miniard. 2015. Perilaku Konsumen.
Jakarta: Binarupa Aksara.

Fajar Nur Rochman (2016) tentang “Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan
InStore Display terhadap Impulse Buying (Studi Pada Giant
Supermarket Yogyakarta).

Fandy Tjiptono (2008) , Xu, Y. and Huang, J.S. (2014), Hawkins dkk (2014).

Foster, Bob. 2015. Manajemen Ritel. Bandung: CV. Alfabeta.

Gardener, E., dan M. Trivedi. 2014. A Communications Framework to Evaluate
Sales Promotion Strategy. *Journal of Advertising Research*,
38(3): 67-71.

Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21
Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas
Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Julian Cummins, and Roddy Mullen, diterjemahkan oleh Andreas Haryono. 2015.
Sales Promotion, Jakarta : PPM

Jurnal Sain Manajemen (2020) Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack
Terhadap Purchase Intention.

Kotler, Philip, Gary Armstrong. 2013. Principles of Marketing (Edisi 13). United
States of America: Pearson.

- Mahmud Machfoedz. 2015. *Pengantar Ekonomi Modern*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN)
- Manning, Reece. 2019. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Sembada Empat.
- Mishra, A., dan Mishra, H. (2012), “Pengaruh diskon harga versus paket bonus pada preverensi untuk kebajikan dan wakil makanan”, *Jurnal Riset Pemasaran* 48, 196 – 206. doi:10.1509/jmkr.48.1.196.
- Nuroh Rohmatin (2020) *Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Di Alfamart Kabupaten Madiun)*
- Nurul Ittaquillah, Rahmat Madjid, Nursaban Rommy Suleman (2020) *Pengaruh Pemasaran seluler, Diskon, Dan Gaya Hidup Pada Pembelian Impulsif Konsumen Perilaku Di Pasar Online.*
- Oslo 2014 (Point of Purchase Advertising Internasional). *Studi Ketelibatan Pembeli.*
- Peter, J. Paul. dan Olson, Jerry. C. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan, buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Praditya Iriawan (2019), *Pengaruh Lingkungan Toko Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Yogya Departemen Store Kosambi*
- Rewolq. (2014). *Prosedur Penelitian* Jakarta : Rineka Cipta.
- Rook, D. W. 2015. The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*. 14(2): 189-199.
- Roudhotuz Zahroh & Tri Sundarwanto (2021) *Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya.*

- Samuel, Hatane. 2016. Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2): 152-170.
- _____. 2015. Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2): 152-170.
- Septian. 2017 Analisis pengaruh persepsi konsumen dan price discount terhadap keputusan pembelian, Skripsi, Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Solomon. 2018. *Manajemen Jasa*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sofy Haniffah Rahman, Heni Rohaeni, Srie Wijaya Kesuma Dewi (2020). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap purchase intention.
- _____, M.R. & Rabolt, N. 2018. *Consumer Behavior in Fashion*, Edition. USA: Prentice Hall.
- Sri Isfantin Puji Lestari (2018) Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- _____. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta, CV.
- Sutisna 2015. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandi. 2018. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Utami, C.W. 2015. *Strategi dan Implementasi Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wathani, Fikrah. 2019. Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian ditinjau dari Peran Gender. Skripsi. pada Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara. Medan.

Zulky (2020). Pengaruh price discount dan bonus pack terhadap impulsive buying konsumen indomaret di kecamatan sukun kota malang, Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang 457-469 <https://semnas.unikama.ac.id/feb/unduh/publicasi/2907993069.pdf>.