

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Abdurrahman Herdiana Nana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran (cetakan pertama)*. CV Pustaka Setia
- Aprilliani, R. (2017). Pengaruh *Price Discount Positive Emotion* Dan *In-Store Stimuli* Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 6 (7).
- Buku Pedoman Skripsi. (2020). Fakultas Ekonomi: Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- 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). Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Clow, K. E., & Baack, D. E. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Global Edition. England : Pearson Education Limited.*
- Della Ruslimah Sari, Ikhwan Faisal. (2018). Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack, dan In-Store*. *Managemen Education*.
- Dharmayanti, I., Hapsari, D., Azhar, K. (2015). Asma pada anak di indonesia: penyebab dan pencetus. *Jurnal kesehatan masyarakat nasional*. 9(4).
- Ghozali, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawijaya, Rahmat. (2017). *Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam*. *Jurnal Nasional 13*
- Heizer, Jay and Render Barry. (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Kasimin. (2015). *Effect Discount, Sales Promotion And Merchandising on Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto*. *Journal of Manajement*, 1(1), 1-19
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajement*. Edisi 15 *Global Edition*. Pearson.

- Kotler. P Dan Keller. K.L (2016) Definisi Pemasaran *Marketing Managemen, 15 th edition, Pearson Education. Inc*
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2018). *Prinsiples of Manajement*. Edisi 15 *Global Edition. Pearson.*
- Lestari, Rini. (2015). Sales Promotion Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Mobil *Low Cost Green Car Daihatsu Ayla* pada Pt. Astra Internasional Tbk Cabang Ciledug kota Tangerang. Fakultas Ilmu Komunikasi: Universitas Budi Luhur Jakarta.
- Prihastama, Brian Vicky. (2016). Pengaruh *Price Discount* Dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Minimarket (Studi pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta). Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prihastama, B.V. 2017. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* pada Pelanggan Mini Market. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 7 (4).
- Putri dan Edwar. (2015). Pengaruh *Bonus Pack* Dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya. *Jurnal Fakultas Ekonomi UNESA*. 31 (3).
- Riduwan. (2018). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta. *Jurnal Fakultas Ekonomi Bandung*.
- Supma, E. (2018). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* (Studi Pada Konsumen Distro Bibox Store di Kota Berastagi). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Silaen, Sofar. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis, In Media*, Bandung
- Sri Wilujeng. (2017). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying*.

- Vicky, B. (2016). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Minimarket. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
Jurnal dan Skripsi :
- Suci Nur Maulidiyah, Eko Boedi Santoso. (2019). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Melalui Studi Pada Konsumen *Business Center Sophie Paris Kota Batu*. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* 5(1).
- Septian Wahyudi. (2017). Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying*. *Departement of Administration Business Studies Program Faculty of Sosial and Political Science Islamic University Of Riau*. *Jurnal Valuta* 3(2).
- Sindy Nur Syazkia, Ai Lili Yuliati, m.m. (2018). Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen PT Lion Super Indo Gerai Antapani. *The Effect Of Bonus Pack and Price Discount On Impulse Buying Of PT Lion Super Indo GeraiAntapani Customer*. *E-Proceeding of Management*. 5(2).
- Sylviana Sabilla, Bambang Hadi Santoso. (2018). *Price Discount, Bonus Pack* dan *In-store Display* Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Universitas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.