

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, S., Tumbel, A.L. and Roring, F. (2017) 'Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square', *Jurnal EMBA*, 5(2), pp. 1781–1792. Available at:  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16394>.
- Alma;, B. (2018) 'Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa'. Available at:  
[//digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=3905](http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3905)  
(Accessed: 24 November 2022).
- Ariyati, R. *et al.* (2021) 'PENGARUH POTONGAN HARGA DAN PENATAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MATAHARI DEPARTEMEN STORE PEKALONGAN (studi kasus produk cardinal shoes ladies)', Vol 19.
- Baskara, I.B. (2018) 'Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying). (Studi pada pengunjung Matahari Departement Store Johor Plaza Jember)', *Manajemen Bisnis*, 5(2). Available at: <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/5382>.
- Eka Sari, A. (2014) 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan', *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 13(1), pp. 55–73. Available at:  
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13964>.
- Elisha, F.A. (2021) 'Pengaruh Price Discount dan In-Store Display Terhadap Impulsive Buying (Pada Konsumen Minimarket Berkah Mart Kota Pekabaru)', pp. 1–125.
- Feri Fernandes Ginting (2021) *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA REDDOORZ NEAR MIKIE HOLIDAY*. UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI. Available at: <http://portaluqb.ac.id:808/id/eprint/167>.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Mulyivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Gunawan, H. and Ayuningtiyas, K. (2018) 'PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DARING DI APLIKASI BUKALAPAK PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI BATAM', *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 2(1), pp. 152–165.  
doi:10.30871/JABA.V2I1.763.
- Kasimin, P, P.D. and Warso, M.M. (2015) 'EFFECT OF DISCOUNTS, SALES

PROMOTION AND MERCHANDISING ON IMPULSE BUYING AT TOKO INTAN PURWOKERTO'.  
doi:10.1252/kakoronbunshu1953.26.846.

Musyafaq, Di.I. (2017) 'Pengaruh Penataan Produk, Atmosfer Toko, Dan Promosi Below The Line Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Batik Danar Hadi Surakarta)'.  
doi:10.1252/kakoronbunshu1953.26.846.

Ndari, D.P. (2015) 'PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD UPINDO RAYA CABANG TANAH GROGOT'. Available at:  
[https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/08/eJournal - \(dhian\).Adm Bisnis \(08-14-15-08-42-10\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/08/eJournal - (dhian).Adm Bisnis (08-14-15-08-42-10).pdf).

NINGSIH, S., SUTOMO, M. and SANTI, I.N. (2020) 'PENGARUH PROMOSI DAN LINGKUNGAN TOKO TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPULSE BUYING) PADA HYPERMART DI KOTA PALU', *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(3), pp. 243–251. doi:10.22487/JIMUT.V6I3.206.

Pontoh, M.E., Moniharapon, S. and Roring, F. (2017) 'PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE MEGA MALL MANADO'.

Rahmadana, N.M.S. (2016) 'PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI MINIMARKET ERAMART CABANG LEMBUSWANA SAMARINDA', *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), pp. 683–697. Available at: [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana \(08-12-16-06-09-21\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana (08-12-16-06-09-21).pdf) (Accessed: 24 November 2022).

Safitri, N., Hadi, P. and Dwi, B. (2020) *Analisis Suasana Toko, Potongan Harga Dan Penataan Produk Terhadap Pembelian Impulsif*. Available at: <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/362/357> (Accessed: 24 November 2022).

Sugiyono, P.D. and Lestari, D.P. (2021) *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. eprints.upnyk.ac.id. Available at: <http://eprints.upnyk.ac.id/27727/1/Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf>.

Sutawa, R.K. and Djoko Purwito, A.R. (2015) 'ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PENATAAN PRODUK DENGAN

HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVINING (Studi Kasus Minat Beli Konsumen Pada Skansmart SMK Negeri 1 Ngawi)', 16(1).

*View of Pengaruh Display Produk, Potongan Harga, dan Bonus Pack terhadap Pembelian Impulsif di Indomaret Miroto Semarang* (no date). Available at: <https://itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/jiesa/article/view/201/159> (Accessed: 3 November 2022).

Wahyudi, septian (2017) 'Pengaruh Price Discount terhadap Impulse buying', *Jurnal Valuta*, 3(2). Available at: <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/2080>.

Wahyudi, S. (2017) 'PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING', *VALUTA*, 3(2), pp. 276–289. Available at: <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/2080> (Accessed: 9 June 2023).

Widianingrum, N. (2017) 'PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, MERCHANDISING, PRICE REDUCTION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Luwes Delanggu) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Su'.

Wijaya, C.A. (2014) 'PENGARUH ATMOSFER TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Survei pada Konsumen yang Melakukan Pembelian Impulsif pada Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang)'. Available at: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/702>.

WULANDARI, N. (2020) *PENGARUH POTONGAN HARGA ( PRICE DISCOUNT) TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA PERUSAHAAN RITEL JUMBO MART.*