

DAFTAR PUSTAKA

- Alhusin, Syahri. 2003. *Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS.10 Windows. Edisi kedua, Graha Ilmu*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Andriany, Dewi dan Mutia. 2018. *The Effect Of Bonus Pack And Price Discount On Buying Impulse In Marketplace Consumers In Medan* . Department of Management, University of Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Barker et al. 2002. *Research Methods in Clinical Psychology, An Introduction for Student and Practitioners*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Cannon, Perreault, dan McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Clow, Kenneth. Baack, Donald. 2009. *Marketing Management : A Customer Oriented Approach*. SAGE Publications
- Debora, Kaharu dan Anindhyta. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic* . Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonomimetrika Dasar*. (T. S. Zain, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haironi, Muhammad. 2018. *Pengaruh Discount, Bonus Pack, Dan In- Store Display Terhadap Impulse Buying Produk Obat Nyamuk HIT di Pamela Swalayan Yogyakarta* . Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa .

- Melina, Melina dan Amin. 2017. *Pengaruh Price Discount dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store di Samarinda*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Narimawati, Umi. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia Aplikasi & Contoh Perhitungannya*. Jakarta: Agung Media.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Narimawati, Umi. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi: Genesis
- Ndari, Dhian Puspo. 2015. *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot*. . eJournal Administrasi Bisnis.
- Novianti Lastris, Rizki Z. 2018. Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Sentra Kain Cigondewah Bandung). *Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 46-56. Universitas Komputer Indonesia.
- Prihastama, Brian. 2016. *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Raeny D.W. 2018. Pengaruh Materialisme Konsumen Terhadap Pembelian Impulsive (Survey Pada Pengunjung Mall Di Kota Bandung). Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Komputer Indonesia.

- Raeny D.W. 2018. Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Faktor Kepribadian Konsumen Dengan Menggunakan Trait The Big Five Personality (Survey Pada Pengunjung Mall Di Kota Bandung). Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Komputer Indonesia.
- Rivie, Waani dkk. 2015. *The Influence Of Price Discount, Bonus Pack, And In-Store Display On Impulse Buying Decision In Hypermarket Kairagi Manado* . Faculty of Economics and Business International Business Administration (IBA) Program Sam Ratulangi University Manado.
- Safa, Atillah. 2017. *Analisis Pengaruh Faktor Price Discount ,Bonus Pack Dan Brand Image Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Produk Oriflame Di Kota Lamongan*. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan .
- Sangadji, Mamang. 2010. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Setia, Septianti dan Marheni 2019. “*Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Screamous Bandung*” (*The Effect Of Bonus Pack And Price Discount On Impulse Buying On Consumers Of Screamous Bandung Distro*) . Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom .
- Sonata, Ilham. 2019. *Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.
- Stanton, William. 2011. *Prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif dan R&D)*. . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Vol. Cet.1 ed.2). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syazkia, Sindy dan Yuliati,. 2018. *Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen PT LION SUPER INDO Gerai Antapani* . Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom .
- Vinci, Maharani. 2009. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Virani, Anindya. 2017. *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Matahari*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 9, September 2017. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Wibowo, Nasib. 2017. *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada PT. TOYOTA AUTO 2000 Cabang Sisimangaraja Medan*. Politeknik Unggul LP3M.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yessica, Tri dkk. 2015. *Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya,.

Website

www.Jagad.id

www.cnbcindonesia.com

www.Bekraf.go.id

www.BandungCreativity.com

www.lacasacomics.com

www.BandungPariwisata.id

www.elitemarketer.id

www.cermati.com