

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2009. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Antariksa, Kadek Teja & Ni Nyoman R.S. 2021. *The Effect of Hedonic Motivation, In Store Display, and Price Discount on Impulse Buying Decisions. Journal of Business Management and Economic Review. Vol 4 No 4. Hal 166-177.*
- Artana, I Putu Widya, dkk. 2019. Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Hal 369-394.*
- Berman, Barry & Evans, Joel R. 2010. *Retail Management: A Strategic Approach (11 Ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Caesariani, Tiara Erika. 2020. Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Di Indomaret Surabaya Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 8 No 1. Hal 306-314.*
- Chaniago, Harmon. 2021. *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung: Edukasi Riset Digital., PT
- Cnbcindonesia.com. 2022. *Bisnis Gerai Indomaret, Untungnya Triliunan! Diakses 15 Oktober 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220714150411-17-355672/bisnis-gerai-indomaret-untungnya-triliunan>.*
- Djajanto, Ludfi. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Polinema Press.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats.id. 2022. *10 Ritel dengan Nilai Konsumen Tertinggi di Indonesia 2021. Diakses 16 Oktober 2022. <https://goodstats.id/article/10-ritel-dengan-nilai-konsumen-tertinggi-di-indonesia-2021-itZKh#:~:text=Indomaret%20memuncaki%20klasemen%20ritel%20dengan,konsumen%20sebesar%2042%2C9%20poin>*

- Hartanti, Defina Nur, Dewi Puji L. dan Vicky F Sanjaya. 2022. Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Promosi Penjualan Terhadap Implusive Buying Produk Di Cordy Butik Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan, dan Akuntansi. Vol 3 No 1. Hal 377-384.*
- Herdiany, Hapsari Dyah, dkk. 2022. Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat. Vol 3 No 2. Hal 98-109.*
- Indomaret.co.id, 2022. Gerai Indomaret. Diakses tanggal 13 September 2022. <https://indomaret.co.id/home/index/gerai-indomaret>
- Indriastuty, Nina, Didik Hadiyanto & Juwari. 2017. Store Atmosphere Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Retailer Giant Ekstra Balikpapan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis. Hal 269-283.*
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran (11 ed.). Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Latifah, Fitri Nur & Ruslianor Maika. 2019. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Marketbisnis.com, 2022. Gerai Indomaret Tembus 20.000, Kontributor Terbesar Laba Bersih DNET. Diakses 18 September 2022. <https://market.bisnis.com/read/20220719/192/1556691/gerai-indomaret-tembus-20000-kontributor-terbesar-laba-bersih-dnet>
- Maryanti, Desma Erica & Erveni. 2020. Pengaruh Price Discount dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya. Vol 6 No1. Hal 34-43.*
- Mowen, John & Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen, jilid 1 edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Nurcahya, I Ketut & Wayang Aris G. 2016. Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping dan Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Unud. Vol 15 No 3. Hal 4-33.*

- Pabrikrakindo.com. 2020. Beralih dari Warung ke Gerai Modern untuk Menaikkan Omset!. Diakses tanggal 16 Oktober 2022. <https://www.pabrikrakindo.com/dari-warung-ke-gerai-modern/>
- Panjaitan, Roymon. 2018. Manajemen Pemasaran. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 1999. Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid kedua, Edisi Keempat.
- Purnomo, Rochmat. 2016. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. ed. Ponorogo: CV. WADE GROUP
- Purnomo, Serfianto D Purnomo, Cita Yustisia S & Iswi Hariyani. 2013. Sukses Bisnis Ritel Modern. Jakarta: Gramedia Group.
- Rinidewi, Novita Sekar. 2014. Analisis Management Strategi Pada PT. Indomarco Prisma (Indomaret). Diakses pada tanggal 28 Februari 2023. <https://novitasrd.blogspot.com/2019/02/analisis-management-strategi-pada-pt.html>
- Sari, Della Ruslimah & Ikhwan Faisal. 2018. Pengaruh Price Discount, Binus Pack, dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 2 No 1. Hal 51-60.*
- Solihah, Euis. 2008. Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol 15 No 2. Hal 128-142.*
- Stern, Hawkins. 1962. The Significance of Impulse Buying Today. *Jurnal Pemasaran. Vol 26 No 2. Hal 59-62.*
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Jakarta: Dan R&D.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

- Tanjung, Agustini. 2020. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol 5 No 3. Hal 1-18.
- Tinne, Shahan Wahida. 2010. Impulse Purchasing: A Literature Overview. *ASA University Review*. Vol 4 No 2. Hal 65-73.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran . Cetakan Kesatu. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wahyudi, Septian. 2017. Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valuta*. Vol 3 No 2. Hal 276-289.
- Warnerin, Gita & Renny Dwijayanti. 2020. Pengaruh Diskon dan In-Store Display Terhadap Imoulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol 8 No 2. Hal 896-903.
- Wilujeng, Sri. 2017. Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama*. Hal 457-469.
- Yahmini, Exnasiyah. 2019. Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol 2 No 1. Hal 41-56.
- Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.