

DAFTAR PUSTAKA

- Artana, etc al. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di Kota Denpasar)*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 369-394.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). *Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan*. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 10 No. 1.
- Jelita Virliana Sandra, W. D. (2021). *Pengaruh Suasana Toko Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Matahari Department Store Pasar Besar Malang*. *Jurnal Manajemen dan Profesional*.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. In M. F. Laksana, *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Matahari. (2023). <https://www.matahari.com/>. Diakses pada 6 Januari 2024 pukul 17.01 WIB.
- Pahlevi, R. (2022). *Berhasil Tekan Beban Pokok dan Usaha, Laba Bersih Matahari Meningkatkan 72,5%*. *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/berhasil-tekan-beban-pokok-dan-usaha-laba-bersih-matahari-meningkat-725>. Diakses pada 1 Desember 2024 pukul 17.09 WIB
- Philip Kotler, G. A. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Risnawati, N. P., Sadiartha, A. A., & Sunny, M. P. (2021). *Peran Hedonic Shopping Motivation, Store Atmosphere, dan Price Discount Dalam Meningkatkan Impulse Buying*. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1 (No. 2) Hal 530-540.
- Saputra, A., Putra, A. S., Pradipta, A. K., Hidayat, R. F., Laurensius, M. J., & Putra, R. B. (2022). *Penerapan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Pada Kopi Gayo Lion)*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*.

- Sari, W., Miraza, Z., & Suyar, A. S. (2022). *Pengaruh Store Environment, Price Discount, Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Pembelian Impulsif) Yang Dimoderasi Oleh Positive Emotion Pada Konsumen The Body Shop Di Sun Plaza Medan*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi*, Volume 02, Nomor 01.
- Siskawati, B. P. (2023). *Pengaruh Price Discount, Store Atmosphere, dan Display Product terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store di Royal Plaza Surabaya*. *Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah*, Vol. 5, No. 6.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supriono. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi pada Pengunjung Mall di Kota Malang)*. *Journal of Applied Business Administration*, Vol 2, No 1.
- Top Brand Index. (2022). *Top Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?thi_find=matahari. Diakses pada pada 22 September 2022 Pukul 17.21 WIB.
- Vannisa Fadilata, S. R. T. A. (2022). *Pengaruh Price Discount, Sales Promotion, dan Service Quality Terhadap Impulse Buying Behavior Saat Pandemi Covid-19 Pada Konsumen Indomaret Kelurahan Tembalang Kota Semarang*. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 11, No. 1.
- Windyaningrum, F., & Sudarwanto, T. (2022). *Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pelanggan H&M Tunjungan Plaza Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Volume 10 No 1.