**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku Teks**

Ghozali, Imam . (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program IBM SPSS 23. Edisi kedelapan . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller . (2016) . Marketing Managemen, 15th Edition.England: Pearson Education,Inc.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2018). Principle of Marketing , 17th Edition.England: Pearson Education,Inc.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie . (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi keenam. Jakarta: Salemba Medika

Solomo, Michael R. (2017). Consumer Behavior: Buying , Having and Being ,12th Edition.

England:Pearson Education,Inc.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

**Website:**

Artikel dari Asosiasi Pedagang Indonesia diakses pada tanggal 18 Februari 2019, pukul 14.21 WIB,<http://info.bisnis.com/read/2016/01/31/285/514340/>

Penjualan Indomaret Tahun 2018 diakses tanggal 18 Februari 2019 , Pukul 12.12 WIB,<https://katadata.co.id/berita/2018/06/22/lebaran-2018-penjualan-retail-naik-tiga-kali-lipat>

Indomaret Menduduki Retailer Tertinggi diakses pada tanggal 18 Februari 2019, pukul 14.45 WIB,<https://www.thejakartapost.com/news/2018/09/25/indomaret-tops-retailer-list-with-us4-89b-in-sales.html>

Top Brand Award diakses pada tanggal 18 Februari 2019, pukul 14.40, WIB.,<https://www.topbrand-award.com>

Sejarah Indomaret diakses pada tanggal 18 Februari 2019, pukul 14.40 WIB,https://[www.indomaret.co.id](http://www.indomaret.co.id)

Keluhan Indomaret diakses pada tanggal 18 Februari 2018, jam 14.21 WIB,[http://www.suratpembaca.web.id/detail/29432/Indomaret+Habis+Stok+Bonus+Teh+Botol+Sosro+Family+Pack](http://www.suratpembaca.web.id/detail/29432/Indomaret%2BHabis%2BStok%2BBonus%2BTeh%2BBotol%2BSosro%2BFamily%2BPack)

**Jurnal :**

 Desrayudi, 2011. *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan In-store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Supermarket Robinson di Kota Padang*.Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

Della Ruslimah Sari dan Ikhwan Faisal., 2018. Pengaruh *Price Discount , Bonus Pack ,* Dan *In-store Display* Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.

Fajar Nur Rochman., 2016. Pengaruh *Price Discount , Bonus Pack ,* Dan *In-store Display* Terhadap *Impulse Buying* (Studi pada Giant Supermarket Yogyakarta).Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo, Jawa Tengah.

Meilani Husnul Fatimah., 2016. Pengaruh *Price Discount , Bonus Pack ,* Dan *In-store Display* Terhadap *Impulse Buying* (Studi kasus pada konsumen Janu Putra Swalayan di Yogyakarta). Manajemen Fakultas Ekonomi ,Universitas PGRI Yogyakarta, DIY Yogyakarta.

Melina dan M Amin Kadafi., 2017. Pengaruh *Price discount* dan *In-store display* terhadap *Impulse buying* Matahari *Departement Store.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Putri, Y.T.A. dan Edwar, M., 2014. Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Surabaya.

Rivie C.T.Waani dan Willem J.F. Alfa Tumbuan., 2015. *The Influence of Price Discount , Bonus Pack , and In-store Display on Impulse Buying Decision in* Hypermart Kairagi, Manado. *Faculty of Economics and Business International Business Administration (IBA) Program Sam Ratulangi University Manado,* Sulawesi Utara*.*

 Septian Wahyudi., 2017. Pengaruh *In-store Display* terhadap *Impulse Buying* *Azwa Perfume.* *Department of Administration Business Studies Program Faculty of Social and Political Science Islamic University Of Riau,*Riau.

Sri Isfantin Puji Lestari.,2018. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap

*Impulse Buying* melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta, STIE Wijaya Mulya

Surakarta,Jawa Tengah.

**Buku Terjemahan**

Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014). Metode Penelitian Bisnis . Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan oleh Rahma Wijayanti dan Gina Gania, Jakarta: Salemba Empat.

Schiffman, Leon dan Lezlie Lazar Kanuk. (2014). Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.