**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 Empat.

Sugiyono. (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

**Website**

Gambaran Umum Alfamart, diakses 12 juli 2019

<http://corporate.alfamartku.com/>

Gambaran Umum Alfamart, diakses 18 Februari 2019

<https://id.wikipedia.org/wiki/Alfamart>

Indonesia Masuk Daftar 10 Pasar Ritel Teratraktif, diakses 12 Juli 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/06/indonesia-masuk-daftar-10-pasar-ritel-teratraktif>

Jumlah Gerai Alfamart, diakses 12 Juli 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/09/berapa-jumlah-gerai-alfamart>

Keluhan dari pelanggan terhadap layanan minimarket Alfamart, diakses 18 januari 2019

<http://www.suratpembaca.web.id/detail/72061/Harga+di+Kasir+Alfamart+Krapyak+Semarang+tidak+Update>

Keluhan dari pelanggan terhadap layanan minimarket Alfamart, 12 Juli diakses 2019

<https://nomortelepon.id/retail/call-center-alfamart/#comments>

Pertumbuhan Bisnis Retail, 18 Februari 2019

<https://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/>

Pertumbuhan Retail, di akses tanggal 18 Februari 2019

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20180622163406-4-20125/pengusaha-industri-ritel-semester-i-2018-tumbuh-7-75>

**Jurnal**

Amanda Putri, Y.T. dan M. Edwar., 2014. Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya. Jurnal Manajemen. Universitas Negeri Surabaya.

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.

Safa’atillah, N. “Analisi Pengaruh Faktor *Price Discount*, *Bonus Pack*, dan *Brand Image* Terhadap Konsumen Dalam Melakukan *Impluse Buying* pada Produk Oriflamme Di Kota Lamongan ”. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen. Vol. 2. No. 3. Oktober. 2017.

Wilujeng, Sri. (2017). Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impluse Buying* Konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang. Seminar Nasional & *Call For Paper*, FEB Unikama.

**Buku Terjemahan**

Kotler, Philip and Gary Armstrong. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009).*Manajemen Pemasaran*, Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

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

Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014), *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi12, Jilid 1, Terjemahan oleh Rahma Wijayanti dan Gina Gania, Jakarta: Salemba Empat.