

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Akram Umair, dkk. (2016). Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables. *International Journal of u- and e-Service, Science, and Techno*. Vol.9, No. 7 (2016), pp.43-60. China.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Balaji K. (2016). The Impact Of Visual Merchandising On Consumer Impulse Buying Behavior With References To Retail Stores In Tirupati, Andhrapradesh. *International Journal Of Core Engineering & Management (IJCEM)*. Vol 3, Issue 1, India
- Belch, E George & Michael A Belch. (2018). *Advertising and Promotion “An Integrated Marketing Communication Perspective, 11th edition*. New York: McGrawHill/irwin.
- Clow, Kenneth E., dan Donald Baack. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. England: Pearson.
- C, Rivie & Willem. (2015). The Influence Of Price Discount, Bonus Pack, And In-Store Display On Impulse Buying Decision In Hypermart Kairagi Manado. *Journal Faculty of Economics and Bussines Manado*, 2303-11.
- Danang Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Hermawan, Agus. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- <https://limbackstore.com/mengenal-distro-dan-clothing/>, diakses tanggal 27 September 2018.
- <http://menjadiwirausaha.com/kiat-memulai-bisnis-fashion/>, diakses tanggal 27 September 2018.
- <http://ritelnews.com/perkembangan-bisnis-retail-di-indonesia/>, diakses tanggal 27 September 2018.
- [http://www.rmoljabar.com/read/2017/11/02/58829/Industri-Distro-Anjlok Hingga-40--](http://www.rmoljabar.com/read/2017/11/02/58829/Industri-Distro-Anjlok-Hingga-40--), diakses tanggal 29 September 2018.
- <https://www.screamous.com/>, di akses tanggal 22 September 2018.

- <http://www.siogse.net/2016/11/fo-dan-distro-perkuat-bandung-sebagai.html>, diakses tanggal 27 September 2018.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, K.L. (2014). *Marketing Management 15th Edition*. New England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Lestari, Sri. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur*, Vol.7.
- Levy, Michael and Weitz, Barton A. (2013). *Retailing Management's, 9th Edition*. New York: The McGraw Hill Companies.
- Maumaya Nova. (2018). The Effect Of Sales Promotion And Store Atmosphere On Hedonic Shopping Motivation And Impulsive Buying Behavior In Hypermart Manado City. *Journal Faculty of Economics and Bussines Manado*, Vol.13.
- Melina dan Kadafi, M Amin. (2017). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2.
- Prihastama, Brian Vicky. (2016). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket (Studi Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Negeri Yogyakarta. Jawa Tengah.

- Ruslimah dan Faisal, Ikhwan. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 19.
- Rochman, Fajar Nur (2016). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Giant Supermarket Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Purworejo. Jawa Tengah.
- Sianipar, Melva. (2017). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Indomaret Jamin Ginting Padang Bulan*. Skripsi pada Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Solenski, Vikario. (2017). Influence Of Price Discount And Sales Promotion On Impulse Buying Azwa Perfume Pekanbaru. *Jurnal Fisip*, Vol. 4.
- Solomon, Michael. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Supma, Evita (2018). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Distro Bibox Store Di Kota Berastagi)*. Skripsi pada Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Syazkia, Sindy Nur. (2018). *Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Pt Lion Super Indo Gerai Antapani*. Skripsi pada Telkom University. Bandung.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Putri dan Edwar, Muhammad. (2014). Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya. *Jurnal Ekonomi*, Vol.1.

Utami, Widya Cristina. (2018). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Xu, Y., & Huang, J. S. (2014). Effect of Price Discounts and Bonus Pack on Online Impulse Buying. *Social and Personality; an International Journal*, 42,1293,1302.