

## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_, (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta Hal 86
- \_\_\_\_\_, (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta Hal 84
- \_\_\_\_\_, (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta Hal 85
- Achmad, budi. (2019). Pengaruh Psikologis Konsumen Terhadap Produk. *Pengaruh Psikologis Konsumen Terhadap Produk*, 4.
- Ali Bhutto (2018). *Effects of Personality on Impulsive Buying Behavior: Evidence from a Developing Country*. Pakistan: Bahria University
- Alfamart. (2020). *Kartu Member Alfamart*. Retrieved from [www.alfamartku.com](http://www.alfamartku.com)
- Alfamart. (2020). *Logo Perusahaan Alfamart*. Retrieved from <https://www.alfamartku.com/>
- Alfamart. (2020). *Maskot Alfamart*. Retrieved from <http://corporate.alfamartku.com/identitas-perusahaan>
- Alfamart. (2020). *Promo produk "Tebus Murah" Alfamart*. Retrieved from [www.alfamartku.com](http://www.alfamartku.com)
- Alfamart. (2020). *Promo Alfamart*. Retrieved from [www.alfamartku.com](http://www.alfamartku.com)
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth*. England: Pearson Education, Inc
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Databoks. (2019). *Jumlah Gerai Alfamart dan Indomaret*. Retrieved from [databoks,katadata:](http://databoks.katadata)

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

- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Darunanto,
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Engel dan Blackwell, Khairunisa. (2020). *Pengaruh Utilitarian Browsing dan Hedonic Browsing Terhadap E-Impulse Buying*. Bandung.
- Elisabeth.(2017). *Perbedaan Persepsi Konsumen Atas Faktor Penentu Tempat Belanja Pada Indomaret Dan Alfamart ( Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Mangga Kecamatan Medan Tuntungan )*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Vol, 3 No.2.
- Fauza, M. (2017). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSISTENSI RITEL. *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSISTENSI RITEL*, 12-15.
- Gregory Bressoles, Francois Durrieu, dan Magali Giraud. (2018). *The impact of electronic service quality's dimensions on customer satisfaction and buying impulse*. Afrika Selatan: Nelson Mandela Metropolitan University
- Handi Irawan dalam Damayanti. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Miniso Kota Bandung. *Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Miniso Kota Bandung*, 36.
- Hayati. (2018). PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP. *PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP*, 99-100.
- Henrietta, V. d. (2017). IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL DI YOGYAKARTA. *IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL DI YOGYAKARTA*, 2.
- Ismah Muthiah, D. A. (2018). PENGARUH VISUAL MERCHANDISING, DISPLAY PRODUCT, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING. *PENGARUH VISUAL MERCHANDISING*,

*DISPLAY PRODUCT, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING*, 101.

- Katadata. (2019). *Perubahan peta persaingan bisnis ritel di Indonesia*. Retrieved from <https://katadata.co.id/analisisdata/2019/07/03/perubahan-peta-persaingan-bisnis-retail-di-indonesia>
- Kearney. (2019). *global retail development index*. Retrieved from kearney: <https://www.kenarney.com/global-retail-development-index/2019>
- Malau, H. (2018). In A. Bandung, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global* (p. 230). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran. In H. Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (p. 235). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran. In A. Bandung, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global* (p. 239). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran. In A. Bandung, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global* (p. 231). Bandung : Alfabeta Bandung.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran. In A. Bandung, *Manajemen Pemasaran* (p. 232). Kota Bandung, Jawa Barat, B: Alfabeta Bandung.
- Martiana Wulandari, (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pengunjung Transmart Carrefour Buah Batu Bandung*. Bandung: Telkom University
- Mark Burgess, Malau . (2018). Manajemen Pemasaran. In A. Bandung, *Managing Partner, Blue Focus Marketing* (p. 17). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Nadiya Parwati, (2019). *Pengaruh Diskon Flash Sale Terhadap Impulse Buying Shopee di Kota Bandung*. Bandung: Telkom University

- Novita Oping (2016). *Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Impulsif Buying Pada Produk Konsumsi Rumah Tangga Di Sakura Mart Amurang*. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Ongky Fernando (2017). *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Kuranji Kota Padang*. Padang: Universitas Negeri Padang
- Opricard Montjai (2019) *Analisis Faktor Psikologis Konsumen Non Muslim Dalam Menggunakan Produk Kosmetik Wardah*. Bandung: Telkom University
- Personalfinance.kontan.co.id. (2020). *Promo Alfamart 19-21 juni 2020 Buat Perindu Diskon*. Retrieved 5 Desember, 2020 from <https://personalfinance.kontan.co.id/news/promo-alfamart-19-21-juni-2020-buat-perindu-diskon?page=all>.
- Rangkuti, Freddy.(2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rahanta, T. (2019, Januari 7). *2019, Bisnis Ritel Modern Ditarget Tumbuh 10%*. Retrieved from 2019, *Bisnis Ritel Modern Ditarget Tumbuh 10%*: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190107/12/876089/2019-bisnis-ritel-modern-ditarget-tumbuh-10>
- Ramadhan, Rahmat. 2013. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Poduk Smartphone Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jurusan Teknik Kimia). Jurusan Administrasi Bisnis Polsri. Laporan Akhir (Tidak di Publikasikan): Polsri.*
- Rook dan Fisher dalam Miranda. (2016). *KAJIAN TERHADAP FAKTORYANG MEMPENGARUHI IMPULSE. KAJIAN TERHADAP FAKTORYANG MEMPENGARUHI IMPULSE*, 69.
- Roval Bevany (2019) *Pengaruh visual Merchandising dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying Pada H&M di Kota Bandung*. Bandung: Telkom University
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer Behavior*, Internasional Edition, Prentice Hall.

- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour* 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Sudaryono, (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suhaini, S. (2017). *Strategi Alfamart dalam Menarik Minat beli Masyarakat di Desa Bug-bug Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat Perspektif Ekonomi Islam*. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Sugiarto, (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Andi.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto dalam Damayanti. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Miniso Kota Bandung. *Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Miniso Kota Bandung*, 36.
- Survey AsianParent Belanja Impulsive. (2018, Desember 12). *Beda Budaya Beda Juga Belanja Impulsif*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/amemalia/5c0fe798bde5752fd6427817/beda-budaya-beda-pula-penyebab-belanja-impulsif?page=1>
- Tirto.id. (2019, April 9). *Alfamart Vs Indomaret: Siapa Lebih Pesat?* Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/alfamart-vs-indomaret-siapa-lebih-pesat-dlvo>
- Verma Priyanka1 and Verma Rooble (2012). *An On-Field-Survey of the Impulse Buying Behaviour of Consumers in Consumer non Durable Sectors in the Retail Outlets in the City of Indore, India*. India: Vikram University
- Widjaja, Azwar . (2009). *Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta
- Wijanarko, K. (2016). Pengaruh congruency between celebrity endorser and brand dan brand image terhadap brand attitude dan purchase intention pada Shampoo Pantene di Surabaya. 2.