

DAFTAR PUSTAKA

- Ary, V., Srikandi, R., & Kusumawati, K. A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value Dan Impulse Buying. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 1, Issue 1).
- Asterrina, F., & Hermiati, T. (2013). Pengaruh Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Pada: Konsumen Centro Department Store Di Margo City). *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Dalihade, M. P., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. In *Jurnal EMBA* (Vol. 5, Issue 3).
- Deacitra Amsani, P., & Hadi, S. P. (n.d.). *Pengaruh Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Lottemart Wholesale Semarang)*.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior. In *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 1, Issue 1).
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>

- Imbayani, I. G., & Novarini, N. N. A. (n.d.). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior*.
- Jaya Bahwiyanti, A. S. (2020). Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis (S4)*, 5(November), 1–12. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977.
- Kertiana, I. K. D., & Artini, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Visual Merchandising, Atmosfer Toko, Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Pelanggan Ramayana Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6533. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p08>
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129. <https://doi.org/10.30588/jmp.v7i2.362>
- Nasib. (2017). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada PT. Toyota Auto 2000 Cabang Sisimangraja Medan. *Journal of Business Studies*, 02(02), 2443–3837.
- Nurmasarie, R., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 530. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/3038>
- Pancaningrum, E. (2017). Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1), 23–40.

- Purnamasari, L. S. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Shopee.Co.Id. *CAKRAWALA-Repositori IMWI* |, 04(01).
- Purwati, S. (2022). *Pengaruh Promosi, Shopping Lifestyle Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying*. Universitas Islam Malang.
- Putra, D. Ad., & Saputri, marheni eka. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (Studi pada Stasiun Bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1211–1218.
- Putri, R. andika, & Winarno. (2019). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan In Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Chandra Pringsewu Tahun 2016. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10.
- Putri, T., Bulan, L., Rizal, M., Widiyanti, T., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Toko Makmur Swalayan Di Kota Langsa. *Niagawan*, 8.
- Ridwan, & Kuncoro. (2012). *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. https://library.itltrisakti.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=8328
- Rohmatin, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus di Alfamart Kabupaten Madiun)*.
- Rudini, A. (2022). Pengaruh price Disocunt Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen galeri Batik Di Sampit. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(02), 10–16.
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, D. R. N. (2020). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI.
- Thresia Esthi Mardhikasari. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko dan Keragaman*

Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen mirota kampus. Universitas Negeri Yogyakarta.

Utami, S. H., Aini, Y., & Artikel, S. (2020). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Alfamart Kota Tengah Kecamatan Kepenuhan* (Vol. 2, Issue 1). <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>

Vilalba, I. E. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Impulse Buying Pelanggan Carrefour Market. *Management and Business Review*, 1(2), 54–64. <https://doi.org/10.21067/mbr.vi2.4725>

Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valuta*, 3(2), 1–14.

Wiyata, M. T., & Handayani, E. F. (2022a). Pengaruh Bonus Pack Dan Price Potongan Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Klien Pt Sumber Alfaria Trijaya Tbk Sarasa 2 Loasari Kota Sukabumi). *CAKRAWALA-Repositori IMWI*, 5(1).

Wiyata, M. T., & Handayani, E. F. (2022b). Pengaruh Bonus Pack Dan Price Potongan Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Klien PT Sumber Alfaria Trijaya TBK Sarasa 2 Loasari Kota Sukabumi). *CAKRAWALA-Repositori IMWI* |, 5(1).

Wulandari, M., & Yuliati, A. lili. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pengunjung Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA*, 03.

Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Syahputra, H. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1315–1326. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2456/2435>

Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01, 2665_6499.

