

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa Gita, A. A., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE. <http://jabar.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/74>
- Altavista, K., Zakaria, R., & Suletra, I. W. (2022). Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik pada IKM Batik XYZ Solo. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(2), 151–160. <https://doi.org/10.20961/performa.21.2.57301>
- Anggraeni, F. (2016). PENGARUH PROMOSI, DISKON DAN IMPULSE BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HYPERMARKET PTC SURABAYA Prijati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) SURABAYA.
- Aryatinigrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). PENGARUH PEMBERIAN PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA ONLINE MARKET PLACE. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Atika Andriani, L. (2021). Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. *FORUM EKONOMI*, 23(3), 454–462. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Azwari, A., & Lina, L. F. (2020). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia. *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(2), 37–41.
- Bimo. Haryo, Handayani, T., & Astuti, M. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RITEL HYPERMART. In *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1). www.topbrand-award.com
- Dewi Indrasari, L. (2017). Analisis Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasar Modern (Studi Kasus pada Indomaret Bandar Kediri). 1(1), 47–51.
- Emor, R., Soegoto, A., Emor, R. Y., & Supandi Soegoto, A. (2015). THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNTS, BRAND IMAGE, AND SERVICESCAPE TOWARDS THE PURCHASE DECISION OF CONSUMERS INDOMARET TANJUNG BATU. 3(2), 738–748.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS V.3.2.7 2018. 1–8.
- Garaika, & Feriyan, W. (2018). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH

PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16(1), 21–27.

Husain, N., Rita Karundeng, D., & Afan Suyanto, M. (2022). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.332>

Ipaludin, M., Silaningsih, E., & Yulianingsih. (2024). Impluse Buying Konsumen Dengan Pendekatan Lifestyle, Bundling Produk dan Store Atmosphere. *Journal Of Social Science Research*, 4, 3753–3767. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Kartika, O: Tjiptodjojo, I., Pengajar, S., Ekonomi-Universitas, F., & Maranatha, K. (2012). ODD PRICE: HARGA, PSIKOLOGI DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PURCHASE DECISION MAKING. In *Jurnal Manajemen* (Vol. 11, Issue 2).

Khoirnnisa, N., & Putri Bestari, D. K. (2022). Pengaruh Harga dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Berulang dengan Perilaku Pembelian Impulsif Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna GoFood di Kota Bandung). <http://Jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>

Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius. (2018a). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. In *Indonesia Ika Gunawan* (Vol. 6).

Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius. (2018b). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. In *Indonesia Ika Gunawan* (Vol. 6).

Lopes Amaral, M. A., Goetha, S., & Tisu, R. (2021). BAGAIMANA HARGA GANJIL MEMBANTU ANDA MEMANFAATKAN KEKUATAN PSIKOLOGI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(12), 1367–1387. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i12.p06>

Manggoa, D. A., Bunga, M., & Fanggidae, R. P. C. (2020). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA OJEK ONLINE GRABBIKE DI KOTA KUPANG). *Journal Of Management*, 11(1), 1–18.

Matanovic, J., Klacar, S., & Popov, B. (2023). Dampak aktivitas penetapan harga psikologis dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif pakaian di toko ritel: penelitian tentang perilaku konsumen di Serbia dan Bosnia dan Herzegovina. *Marketing* (Beograd. 1991), 243–251.

Munir, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*.

- Naruliza, E., & Aryanti, R. (2022). PEMBELIAN DI SHOWROOM EIGER PALEMBANG SQUARE MALL. 2(1).
- Nasyikin, K. (2021). PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA KONSUMEN TRANSMART MX MALL MALANG).
- Ningrum, D. P. (2020). Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 1–13.
- Ningsih, W. (2017). PENGARUH PRODUK PELAYANAN DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BELLA ACC YOGYAKARTA.
- Pratiwi, M. I., Fauzi, I., & Aziz, A. (2021). DETERMINANTS OF BUYING DECISION FACTORS IN RETAIL MODERN.
- Purnama Indra, P. A., & Adi, N. R. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 185–205.
- Putri Yessica, T. A., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya.
- Ramadhan, A., & Ekasari, N. (2021). PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN ALFAMART DI KOTA JAMBI). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(02).
- Resha Ekawati, R., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DISKON TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN SABOTEN SHOKUDO KECAMATAN KLOJEN KOTA MALANG. In *JIAGABI* (Vol. 9, Issue 1).
- Rofi'a Fitrotin, R., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1492–1500.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS, DISKON HARGA DAN TAGLINE “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF SECARA ONLINE DI SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167–179. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Safitri, N., Hadi, P., & Dwi, B. (2020). Analisis Suasana Toko, Potongan Harga Dan Penataan Produk Terhadap Pembelian Impulsif.

- Satyo, M. F., & Suprihhadi, H. (2013). PENGARUH DISKON HARGA, MEREK PRODUK DAN LAYANAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARMEN.
- Semaun, S., & Darwis. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Analisis Etika Bisnis Islam). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 1–15.
- Supariyani, E. (2014). Pengaruh Bundling Pricing dan Odd Pricing Terhadap Citra Toko Ritel Carrefour Cibinong. <https://www.researchgate.net/publication/331565140>
- Susan, E. (2019). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962.
- Timmerman, V., Mandey, S., & Van Rate, P. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TEXAS CHICKEN MANADO ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER BEHAVIOR TOWARD PURCHASE DECISION IN TEXAS CHICKEN MANADO. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi.....* 1113 *Jurnal EMBA*, 5(2), 1113–1122.
- Ulus, A. A. (2013). BAHAN PEMASARAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL MANADO. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134–1144.
- Utomo, T., & Nirawati, L. (2021). Pengaruh Penentuan Harga, Sales Promotion, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Hypermart Di Gresik.
- Wibawa, L. M. P. (2016). STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM.
- Wijaya, A., & Kinder, L. (2020). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas (Vol. 17, Issue 1).
- Wilujeng, S. (2017). Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global"Malang. www.indomaret.co.id
- Winawati, N. F., & Saino. (2015). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Hypermart Ponorogo City Center).
- Witarsana, I. G. A. G., Pramana, I. D. P. H., Prabawati, N. P. D., Puja, I. B. P., & Pinatih, I. M. D. P. (2022). Pengaruh Sales Promosi dengan Price Bundling terhadap Keputusan Pembelian Masa Pandemi Covid 19 di Bali. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 6(2), 89–109. <https://doi.org/10.32487/jshp.v6i2.1445>

Zahroh, R., & Sudarwanto, T. (2021). PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN HYPERMART ROYAL PLAZA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9. <https://bit.ly/3jU9U4e>

Zuliawati Zed, E. (2022). PENGARUH VARIAN PRODUK, SERVICE LEVEL DAN PRICE BUNDLING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. Satria Buana Sakti. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis (JMOB)*, 2(2), 171–180. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/index>

