

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188. doi: <http://doi.10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arsyifa, D. (2022). Lokasi dan Ulasan Indomaret. Retrieved 21 Januari, 2022, from <https://foursquare.com/v/indomaret/4c8f41f258668cfaa27fd8ec>
- Artana, I. P. W., Wisesa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 369-394. doi: <http://doi.10.24843/EEB.2019.v08.i04.p03>
- Cakraningrat, P. B. W. W., & Ardani, I. S. (2016). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying di Discovery Shopping Mall. *E-jurnal manajemen Unud*, 5(7).
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM. *Neo-Bis*, 8(2), 179-189. doi: <http://doi.10.21107/nbs.v8i2.472>
- Danwanus, R. (2021). RKPD 2022 Lumajang Fokus Pendidikan, Kesehatan dan Daya Beli. *Kabar Lumajang*. Retrieved 28 Januari, 2022, from <https://kabarlumajang.pikiran-rakyat.com/lumajang/pr-421375509/rkpd-lumajang-tahun-2022-pemkab-bakal-fokus-kembangkan-3-sektor-ini>
- Databoks. (2021). Indomaret Retail dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia. Retrieved 16 Januari, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/indomaret-ritel-dengan-jumlah-gerai-terbanyak-di-indonesia>
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1), 1-14.
- Dewantoro, A., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Lazada. Co. Id (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(08), 121-136.
- Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus pack, dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 51-60.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

*Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-159. doi: <http://doi.10.37676/ekombis.v8i2.1081>

Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2013). *Metodologi Penelitian kuantitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Kusumandaru, A. V. (2017). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan Instore Display Terhadap Impulse Buying Pada PT. MatahariI Department Store Tbk Cito Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 1-19. doi: <http://doi.10.29264/jfor.v19i2.2126>

Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*, 5(1), 1-21. doi: <http://doi.10.1186/s40691-018-0128-2>

Lindasari, N. P. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Merchandising, Atmosfir Toko dsn Promosi Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pelanggan Alfa-Mart di Denpasar). *Jurnal EMAS*, 2(2), 82-88.

Maryati, D. E., & Erveni. (2020). Pengaruh Price Discount dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 6(1), 34-43. doi: <http://doi.10.47663/jmbep.v6i1.33>

Maya. (2020). Karyawati Indomaret Cabang Baruga Kendari Tidak Jujur dengan Uang Kembalian Konsumen. Retrieved 18 Januari, 2022, from <https://mediakonsumen.com/2020/12/02/surat-pembaca/karyawati-indomaret-cabang-baruga-kendari-tidak-jujur-dengan-uang-kembalian-konsumen>

Melina, M., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh Price Discount dan in-Store Display terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store di Samarinda. *Forum Ekonomi*, 19(2), 201-209. doi: <http://doi.10.29264/jfor.v19i2.2126>

Naeem, M. (2021). Understanding the customer psychology of impulse buying during COVID-19 pandemic: implications for retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(3), 377-393. doi: <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2020-0317>

Noor, Z. Z. (2020). The Effect Of Price Discount And In-Store Display On Impulse Buying. *Sosiohumaniora*, 22(2), 133-139. doi: <http://doi.10.24198/sosiohumaniora.v22i2.26720>

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Lumajang: Widya Gama Press.

- Peter, & Olson, J. P. (2014). *Consumers Motivation Research (Marketing) Consumer behavior*. Jakarta: Erlangga.
- Pramesty, D. W., & Simanjuntak, M. (2020). Konsep diri, gaya hidup, strategi pemasaran, dan pembelian impulsif antargenerasi. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 13(1), 87-98. doi: <http://doi.10.24156/jikk.2020.13.1.87>
- Puspita, D. (2018). Beli Snack di Indomaret, Snack Kadaluarsa Masih Dijual. Retrieved 18 Januari, 2022, from <https://mediakonsumen.com/2018/07/28/surat-pembaca/hati-hati-untuk-membeli-snack2-di-indomaret-snack-kadaluarsa-masih-dijual>
- Putera, G. R., Tama, I. P., & Efranto, R. Y. (2014). Perencanaan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Strategy-formulation Framework Guna Meningkatkan Keunggulanbersaing (Studi Kasus: Koperasi Unit Desa "Batu"). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*, 2(1), 207-218.
- Putra, A., Said, S., & Hasan, S. (2017). Implication of external and internal factors of mall consumers in Indonesia to impulsive buying behavior. *International Journal of Business Accounting and Management*, 2(4), 1-10.
- Sabilla, S. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In-store Display Terhadap Impulse Buying Pada Alfamart Dharmawangsa Di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 7(4), 1-15.
- Sari, A. P., & Widodo, S. (2018). Hubungan Keadilan Distributif Dan Perilaku Kerja Kontraproduktif Pada Karyawan Indomaret Di Kota Bengkulu. *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 1-14. doi: <http://doi.10.33369/insight.13.1.1-14>
- Satyo, M. F., & Suprihhadi, H. (2013). Pengaruh diskon harga, merek produk dan layanan pelanggan terhadap keputusan pembelian garmen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2(8), 1-19.
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis)*, 4(1), 46-53. doi: <http://doi.10.30743/jrmb.v4i1.1393>
- Stern, H. (1962). The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*, 26(2), 59-62. doi: <http://doi.10.2307/1248439>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

- Sun, T. R., & Yazdanifard, R. (2015). The review of physical store factors that influence impulsive buying behavior. *Economics*, 2(9), 1048-1054.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan dengan Excel dan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wilujeng, S. (2017). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang. *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang*, 1(1), 457-469.
- Wonggo, C. M., Lopian, J. S., & Rogi, M. H. R. (2020). Dampak Discount, Brand Image Dan in Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Pt. Matahari Departement Store Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 124-133. doi: <http://doi.10.35794/emba.v8i3.29545>
- Yanwardhana, E. (2022). Pemerintah Perpanjang PPKM Luar Jawa-Bali Hingga 28 Februari. *CNCB Indonesia*. Retrieved 14 Januari, 2022, from <https://www.cncbindonesia.com/news/20220214152316-4-315255/pemerintah-perpanjang-ppkm-luar-jawa-bali-hingga-28-februari>

