

Daftar Pustaka

- Atillah 2017 Analisis Pengaruh Faktor Price Discount ,Bonus Pack Dan Brand Image Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Produk Oriflame Di Kota Lamongan. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan
- Dewi dan Mutia (2019) *engaruh Discount, Bonus Pack, Dan In- Store Display Terhadap Impulse Buying Produk Obat Nyamuk HIT di Pamella Swalayan Yogyakarta* . Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fauzi (2018) Pengaruh price *discount*, bonus pack dan pelayanan terhadap peningkatan impulse buying pada toko bangunan udaryan kec. Plemahan kab. Kediri. Simki-Economic Vol. 01 No. 03 Tahun 2018
- Ignatius (2015), *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Distro Koffin Store di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi .Vol. 4 No. 4 (2015)
- Junni Kalangi (2019), Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear.” Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No. 1, 2019
- Kotler dan Keller (2016), Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Mishra & Mishra (2011) Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount terhadap Impulse Buying pada Konsumen Giant Hypermarket DiponegoroSurabaya, Faklutas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Surabaya

- Peter dan Olson (2014) Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Terjemahan.
Jakarta: Erlangga
- Priansa (2017), Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media. Sosial. Bandung:
CV Pustaka Setia.
- Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi.
Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutisna (2012) Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT.
Remaja Rusdakarya
- Syazkia dan Yuliaty (2018) *Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap
Impulse Buying Pada Konsumen PT LION SUPER INDO Gerai Antapani*
. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
- Utami Christina W. (2012), Manajemen Ritel. Edisi Kedua. Salemba Empat,
Jakarta.
- Yanti. 2020. Pengaruh Bonus Pack Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying
Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya. Fakultas
Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya