

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. 2.
- Ansori, P. B., & Lestari, L. (2017). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt.Metro Abadi Sempurna Semesta Pekanbaru. *Foreign Affairs*, 91(5), 1–58.
- Danilo Gomes de Arruda. (2021). *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA KONSUMEN MINIMARKET BERKAH MART KOTA PEKANBARU*. 6.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *APLIKASI SPSS DAN EVIEWS DALAM ANALISIS DATA PENELITIAN*. Deepublish.
- Iswahyudi, R., & Prabawati, A. (2022). Pengaruh Store Layout Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Lingga Mart. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 3(1),13.<https://doi.org/10.37849/mici.v3i1.267>
- Khairani, I. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Deviden Per Share terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2013. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 566–572.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPPSS*. Penerbit Gava Media.
- Putra, N. S., Djatmiko, T., & Telkom, U. (2015). *THE INFLUENCE OF INTERIOR DISPLAY AGAINST IMPULSIVE BUYING ON CONSUMERS INDOMARET POIN DIPATIUKUR BANDUNG MINIMARKET Indomaret Alfamart Star Mart Yomart*. 2(2), 1508–1514.
- Rahmadana, N. M. S. (2016). Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Implusif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 683–697. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana \(08-12-16-06-09-21\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana (08-12-16-06-09-21).pdf)
- Riadi, M. (2017). *Pengertian, Fungsi dan Jenis Penjualan Eceran (Ritel)*. [Www.Kajianpustaka.Com](http://www.kajianpustaka.com).
<https://www.kajianpustaka.com/2017/10/pengertian-fungsi-dan-jenis-penjualan-eceran-ritel.html>

- Rianto, A. (2014). PENGARUH MEREK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengunjung yang Membeli dan Mendapatkan Diskon Musiman terhadap Produk Inspired27 Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 14(1), 84313.
- Rohaeni, H., & Damayanti, A. (2018). *Pengaruh Store Layout Terhadap Impulse Buying Di Toko Buku Gramedia Istana Plaza Bandung*. 10(2), 177–192.
- Saputro, I. B. (2019). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35–47.
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). pengaruh price discount, bonus pack dan in-store display terhadap keputusa impulse buying pada Giant Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supariyani, E., & Marpaung, B. S. (2013). Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.251>
- Susanto, N. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Divisi Penjualan PT Rembaka. *Agora*, 7(1), 6–12.
- tjiptono dan chandara. (n.d.). Pinta Marito Siregar. “Pengaruh Discount Harga Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Ramayana Jl.Sisingamangaraja, Kota Medan’”, 367.
- Wulandari, N. (2020). Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) terhadap Keputusan Impulse Buying pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart. *Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru*, 11671201478, 77. <http://repository.uin-suska.ac.id/27250/>