

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- AC Nielsen .*Seurvei of Consumer Behavior And Perception Towards Modern And Traditional Trade Channels*. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonbesia.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amaerican Marketing Association (AMA)* yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran.2009.
- Arikunto, S. (2006).*Prosedur penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta
- A. Shimp Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta.
- Belch, G.E & Belch, M.A. 2015*Advertising and Promotion: An Itegrated Marketing Communication Perspective. Ten Edition. New York: McGraw Hill*.
- Boyd, Harper W,dkk, 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*, Erlangga, Jakarta
- Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jerome McCharthy. 2009. *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Clow, Back, 2007.*Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communications*. Prentice Hall, New Jersey.
- Cummins, Julian. 2008. *Promosi Penjualan*. Penerbit: Karisma
- David, Downey, 2002, *Manajemen Agribisnis, Buku Keempat*, Erlangga, Jakarta.
- Ebert, Ronald J. & Ricky W. Griffin, 2006, “Bisnis”, Alih Bahasa Rd. Soemarnagara, Jakarta, Erlangga.
- Engel, F, J., dkk., 2001. *Consumer Behavior’*.edisi 9. Harcout, Orlando.
- Gilbert, D. 2011. *Retail Marketing Management2nd edition*.Prentice Hall. New Jersey.

- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill Company Inc.
- Johnson, Band Christensen, L. 2012. *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. London: SAGE Publication, inc.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. “*Principles of Marketing*”. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Keller, Kevin Lane. (2013). “*Brand Management*”. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). “*Marketing Management*”. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). “*Principles of Marketing*”. Edinburg Gate: Pearson Education Limited.
- Levy, Michael dan Barton A. Weitz. (2012). *Retailing Management, 8th ed.* New York: McGraw-Hill.
- Ma'ruf, H. 2012. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mowen, J.C dan Minor, M. 2015. *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc.
- Nugroho. (2009). *Pengaruh Pesan Iklan Televisi Terhadap Intensi Pembelian Produk Pemutih Kulit Pada Remaja Putri*.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Seventh edition. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. (2014). “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. Bandung: CV Alfabeta.
- Schiffman, I.G., & Leslie L.K., 2007. *Consumer Behavior*: edisi 8. Prentice Hall, New Jersey.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Solomon, M. R. 2008. *Consumer Behavior 8th edition*. Pearson.

- Solomon, M. R. 2013. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being 10th edition*. Pearson.
- Sugiarta, I. N. 2014. *Panduan Praktis dan Strategis retail consumers goods. Expose*, Jakarta.
- Sugiyanto. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis. (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: LibertyYogyakarta
- Swastha, Basu & Irawan. 2008. *MANajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. LIBERTY: Yogyakarta
- Tjiptono, F., 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Edisi III. CV. Andi. Offset. Yogyakarta.
- Utami, C.W. 2008. *Strategi Pemasaran Ritel*. PT. Indeks. Jakarta
- William J. Stanton., 2000, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga.

Jurnal

Nabillah “Analisis Pengaruh Diskon Harga, Bonus Pack, Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Impulsive di Carrefour Surakarta”

Putri, Y.T.A. dan Edwar, M., 2014. “Pengaruh Bonus Pack dan *PriceDiscount* terhadap Impulsive buying pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya”, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Surabaya.

Ong, Beng Soo, Foo Nin Ho and Carolyn Tripp. 1997. *Consumer Perception Of Bonus Packs: An Exploratory Analysis. Journal of Consumer Marketing*. Volume 14.

Xu, Y. and Huang, J.S., 2014. Effects of price discounts and bonus packs on online impulse buying. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 42(8), pp. 1293-1302

Website

www.aprindo.com

www.cimb-principal.com

www.dimanabelanja.co.id

www.ekonomi.metronews.com

www.emis.com

www.indogrosir.com

www.marsindonesia.com

www.nielsen.com

