

DAFTAR PUSTAKA

- Adelaar, Thomas; Susan Chang; Karen M Lancendorfer; Byoungkwan Lee; dan Mariko Morimoto. 2003. “ *Efects of media formats on emotions and impulse buying intent*”, *Journal of Information Technology*.
- Andrews, L., Pentecost, R. (2009). *Fashion retailing and the bottom line: the effect of generational cohort, gender, fashion fanship, attitudes and impulse buying on fashion expenditure. Journal of Retailing and Consumer Service*, Pp. 43-52.
- Azwar, S, 2009, *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*, Jakarta : Pustaka Pelajar.
- Asmoro, Budi (2009). *Pengaruh situasi konsumen terhadap perilaku impulse buying konsumen Giant Taman Yasmin, Bogor. Vol.27.No.20.Tahun.2011*
- Alma,Buchari.(2007).*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.
- Blattberg, R. C., Kim, B.-D., & Neslin, S. A. (2008). *Database marketing: Analyzing and managing customers*. New York: Springer.
- Blythe,Jim.2000 *Marketing Communications*.New Jersey.Prentice Hall
- Cummins, Julian dan Mullin, Roddy . 2004. *Sales Promotion* . Jakarta.PPM.
- Devi, Puspita, (2006), *Menata produk*. Bandung: CV Arya Duta.
- Dunne.2005. "*Extremal Behaviour in Multiagent Contract Negotiation*", Volume 23
- Duncan, Tom, 2002 *Principles Of Advertising, (2nd Ed.) New York : McGraw-Hill*.
- Engel, J. F, et al. 2004. *Promotional Strategy: The Marketing Communications Process*. The McGraw-Hill Companies, Wisconsin.
- Foster, B. 2003. *Manajemen Ritel*. Bandung : Alfabeta
- Kotler.Philip . 2000. *Marketing Management*, Volume 1.Prentice Hall.
- .2008.*Dasar-Dasar Pemasaran.Edisi Bahasa Indonesia*,Jakarta.Penerbit PT. Prehallindo.
- Loudon, D. L. Dan Bitta, A. J. D. 2006. *Consumer Behavior: Concepts and Application*. 4th Edition USA: Mc. Graw – Hill Inc
- M. Tohar. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius

- Hidayah, Astry. 2010. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap keputusan impulsif buying pada konsumen Carrefour Hypermarket lebak bulus, Jakarta Selatan. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 4, Maret 11-16.
- Rahmadana, Nur Maya Sari (2016). *Pengaruh Display Produk Dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif di minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. ISSN 2355-5408.*
- Rook dalam Cahyorini dan Rusfian (2011). *Normative influences on impulsive buying behavior. Journal of consumer research*, pp.305-313.
- Rook, D. W. & Fisher, R.J. (2003). *Normative Influences on Impulse Buying Behavior. The Journal of Consumer Research*, Vol.22, No.3, 305-313.
- Santy, Raeni Dwi dan Adhipratama, Muhammad Ihsan Izharuddin (2013). *Pengaruh display toko, gaya hidup dan pembelian impulsif. Vol.11 No. 1, tahun 2013*
- Semuel, Hatane. 2006. *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel Mediasi, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.8, No. 2, September. 101-115.
- Shultz William J. 2004. *Outline Of Marketing*. Littlefield, Adam & Co.
- Sumarwan, Ujang, 2011, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sutojo, Siswanto 2001. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta; PT Damar Mulia Pustaka.
- Smith, Garry D. 2002, *Business management*. Pustaka Aksara. Jakarta.
- Sopiah dan Syahibudin. 2008, *Manajemen Bisnis Ritel*, Jakarta: Andi.
- Stern, Leonard N. School Of Business. 2007. *Marketing Science Institute (Msi), Likely Leaders Of The Next Generation Of Marketing Academics*. New York University.
- Strack, 2006, *Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Media Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang. Jurnal Manajemen*, Vol. 7 No. 2. Mei 2009:251-261
- Sugiyono. 2008. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.

- _____. (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Swastha, Basu DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas, Yogyakarta: Liberty Offset,
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*: Edisi 3. ANDI. Yogyakarta.
- Utami, Christina Whidya. (2006). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Verplanken, B. and Herabadi, A., 2001. *Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking*. *European Journal of personality*, 15(S1), pp.S71-S83.
- Yudhiartika, Dian dan Haryanto, Jony Oktavian (2012). *Pengaruh personal selling, display, promosi penjualan terhadap kesadaran merek dan intensif membeli pada produk kecantikan pond's*. Volume 17, No. 2, Agustus 2012
- Yusriyanti, Ade (2008). *Pengaruh In-store Promotion Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket Botani Square Bogor*. vol.10, No.2a, tahun.2008