

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. P. (2010). Insektisida Biorasional Untuk Mengendalikan Hama Kepik Coklat (*Riptortus linearis*) pada Kedelai. *Inovasi Teknologi untuk Pengembangan Kedelai Menuju Swasembada : Prosiding Seminar* .
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Chandra, I. K. (2011). Pengaruh jenis kelamin, Promosi Penjualan dan sifat Matrealisme terhadap perilaku impluse buying secara online.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gültekin, B. d. (2012). The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies* , Vol. 4, No. 3, 180-189.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, A. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler(2005), P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. T. (2016). *Marketing Management (15th ed.)England : Pearson Education Limited*. England.
- Kurniawan, A. R. (2013). *Manager dan Supervisor*. Yogyakarta: Buku Pintar.
- Kurniawan, D. (2013). Pengaruh promosi dan store atospere terhadap impluse buyying dengan shopping emotion sebagai fariabel interfening study Khusus dimatahari departement store cabang supermol surabaya.
- Kurniawati, T. (2014). *Buku Ajar Kependudukan dan Pelayanan KB*. Jakarta: EGC.

- Levy, M. &. (2012). *Retailing Management*. New York, Amerika: McGraw-Hill/Irwin.
- Marianty, R. (2011). Pengaruh Keterlibatan Fashion emotion positif dan kecendrungan konsumsi hedonik terhadap pembelian impulsif.
- Putra, F. K. (2018). Frengki, Pengaruh Shopping Lifestyle, Usia dan gender terhadap impluse buying produk fashion. Departement of management FEB UMM.
- Rahmani, S. (2015). Pengaruh Karakteristik Konsumen Muslim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Konsumen Muslim di Jakarta dan Sekitarnya). *17 Nomer 3*.
- Rao, P. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager (February-March).
- Rossister, J. R. (2005). *Marketing Communication: Theory and Applications*. Frenchs Forest: NSW: Pearson Prentice Hall.
- Saban, E. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia.
- Sari, D. R. (2011). Pengaruh price discount, bonus Pack, dan i store display terhadap keputusan impluse buying pada giant extra banjar.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Weenas, J. R. (2013). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 1 Nomer 4.