

DAFTAR PUSTAKA

- Adelin. 2009. **Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif (Studi pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**. Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi Universitas Adma Jaya Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Alo, Liliwari. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana, Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi. Pertama. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Basu Swastha dan Irawan. 2006. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Benson. 2007. *From business strategy to ITaction, Right decisions for a bottonline*. Jhon willey andsons, Inc, New jersey.
- Berman, Barry and Joel R. Evans. 2007. *Retail Management*. Prentice Hall, New Jersey.
- Buedincho, P. 2003. *Impulse Purchasing: Trend or Trait*. UCF, Orlando.
- Cannon, Joseph P. et al. 2009. *Pemasaran Dasar*. Edisi 16. Salemba Empat, Jakarta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi. Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Alfabeta, Bandung.
- Hasanah, Uswatun. 2015. **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Penjualan Online (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang)**. Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Hendri, Ma'ruf. 2006. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Hulten, Peter, & Vladimir Vanyushyn. 2011. Impulse Purchase of Groceries in France and Sweden. *Journal of Consumer Marketing*, 28 (5): 376-384.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan Jilid 2. Terjemahan Edisi Millenium. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi keduabelas, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Levy & Weitz. 2007. *Retail Management, 6 th edition*. McGraw-Hill International, United States of America.
- Lubis, Arlina Nurbiaty. 2004. Peranan saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa, *Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara*.
- Monlee, Lee, dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Niken, 2007. *Pengantar Periklanan*. Pusat Pengembangan Bahan Ajar, UMB
- Riduwan. 2011. *Dasar-dasar Statistika*. Alfabeta, Bandung.
- Peter, J. Paul dan James H. Donnelly JR. 2007. *Marketing Management*. The mc Grow Hill Companies, New York Americas.
- Samuel, Hatane. 2006. Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumber Daya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.8, No. 2, September 2006: 101-115
- Schiffman, Leon G dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Gramedia, Jakarta.

- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Solomon, Michael R.. 2009. *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*. Pearson, New Jersey.
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. 2009. *Consumer Behaviour in Fashion*. 2nd. Edition. Prentice Hall, USA.
- Swastha, Basu dan Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Verplanken, B. & Herabadi, A. 2001. Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking. *European Journal of Personality*. 15, S71-S83.
- Widya Utami, Christina. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, Chandra Agung. 2014. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol. 17 No. 2 Desember 2014*
- <http://www.marketing.co.id/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>
- <https://m.tempo.co/read/news/2011/06/21/090342265/pembelanja-indonesia-makin-impulsif>