

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, Ria. (2010). Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Impulse Buying (survei pada Supermarket Di Kota Bandung). *Jurnal Strategic*, Vol 9, 17
- Bong, S. (2011). Pengaruh karakteristik Personal terhadap Perilaku Belanja Impulsif Konsumen Ritel Hymarket di Jakarta. *Jurnal Managemen*. 2(7)
- Daryanto, 2011. *Manajemen Pemasaran : Sari Kuliah*, Cetakan I, Satu Nusa, Bandung.
- Dhurup, Manilall. 2014. Impulsive Fashion Apparel Consumption: The Role of Hedonism, Fashion Involvement and Emotional Gratification in Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour in a Developing Country. *Mediterranean Journal of Social Sciences* Vol 5 (8).
- Djohan, A. J. (2015). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hanzaee, K.H. & Taherikia, F. 2010. Impuls Buying : An Iranian Model. *China - USA Business Review*. Vol.9, no.12. December 2010 (31-43)
- Hetharie, Jondry A. "Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon)." *Jurnal Manajemen Teknologi* 11.3 (2012): 280-294.
- <http://ciputrauceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumen>
- https://www.google.com/search?safe=strict&q=pengertian+perilaku+konsumen+menurut+para+ahli+2017&sa=X&ved=2ahUKEwi2sfW4-fsAhUq8HMBHXu_CPOQ1QIoAHoECAUQAQ&biw=1360&bih=695
- <https://ezziefadhlirridhoblog.wordpress.com/2016/11/06/pengaruh-situasional/#:~:text=Faktor%20situasional%20adalah%20kondisi%20se saat,dari%20diri%20produk%20maupun%20konsumen.>
- <https://media.neliti.com/media/publications/242767-pengaruh-lingkungan-toko-dan-faktor-situ-32c81aba.pdf>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/12/store-environment-dan-store-planning.html?m=1>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/12/store-environment-dan-store-planning.html?m=1>

[http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2449/2845#:~:text=Sedangkan%20Dunne%20dan%20Lusch%20\(2008,serta%20elemen%20sumber%20daya%20manusia](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2449/2845#:~:text=Sedangkan%20Dunne%20dan%20Lusch%20(2008,serta%20elemen%20sumber%20daya%20manusia)

Kusuma, Ardian. 2014. Pengaruh Fasfion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, dan Positive Emotion terhadap Fashion-Oriented Impulse Buying Kalangan remaja di surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.3 No.2.

Kotler, P. & Keller, K.L. 2009. Manajemen Pemasaran: Jilid 1. Alih Bahasa: Benjamin Molan. Jakarta: Erlanga.

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Jakarta: LPFE-UI.

Lestari, Devi, Maheni Ika Sari, and Ahmad Hasan Hafidzi. "Peran Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Toko Basmalah di Pakusari)." *GROWTH* 18.1 (2020): 29-39.

Librianty, A (2014, November 28). 74% Perempuan dipengaruhi Media Sosial Saat Berbelanja. Diunduh dari <http://tekno.liputan6.com/read/>

Liyanarachchi, A & McNamara, Shaun M. (2007). "Time Budget Pressure in New Zealand Audit". *Business Review* volume 9 No.2 The University of Auckland Business School

Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran ritel*. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Maulina, Mutia., Anggraini R & Anwar . (2010). "Pengaruh Tekanan Waktu dan Tindakan Supervisi terhadap Penghentian Prematur atas Prosedur Audit".

Mandey, Silvia L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Analisis*. Vol. 6(1), Hal.92-100.

- Mariaji, W. (2014). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol.3(8), Hal. 14
- Muhammad Idrus. (2007). *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Yogyakarta: UII Press.
- Nuryati, Atamimi. "Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja." *Jurnal Psikologi* 35.2 (2008): 181-193.
- Purwa, Enrique Made Reidia Gana, and Ni Nyoman Kerti Yasa. "Strategi Store Environment dan Time Pressure pada Pembelian Impulsif Melalui Emotional State." *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)* 5.2 (2014).
- Pranoto, W. & Mahardayani, I.H. 2010. Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek Ditinjau Dari Kepercayaan Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*. Volume 1, No.1 Desember 2010 (9-14)
- Prasetyo, Y. (2020). *PENGARUH VARIANCE PRODUK DAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN PADA LINGGAJATI PLAZA* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Octaprinanta, Nandha. "Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Emotional States dan Impulse Buying (Survei pada Pengunjung Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 5.1 (2013).
- Putri, Lily Harlina. "Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 15.2 (2014).
- Rachmawati, Veronika. "Hubungan antara hedonic shopping value, positive emotion, dan perilaku impulse buying pada konsumen ritel." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)* 19.2 (2009).
- Rohman, F. (2009). Peran Nilai Hedonik Konsumen dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2(7).
- Schiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi ke-7, Terjemahan Zoelkifli Kasip, Indeks : Jakarta.

- Setiadi, J. Nograho. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Kencana : Jakarta.
- Soliha, Euis. 2008. Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol. 15, No.2.
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tanuwijaya, Sandra Dewi, and J. Ellyawati. "Pengaruh Karakteristik Lingkungan Toko Dan Perilaku Positif Emosional Konsumen Terhadap Perilaku Impulse Buying: Pengujian Efek Moderasi Faktor Situasional." (2015).
- Tinne. Wahida Shahan. 2010. *Impulse Purchasing: A Literature Overview*. ASA University Review, Vol.4 No.2.
- Utami, F.A. & Sumaryono. 2008. Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. Vol. 3, No.1, Pebruari 2008 (46-57)
- Wibowo, Muhammad R. A. (2014). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Batik Puspa Di Pasar Klewer Surakarta". Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.