

DAFTAR PUSTAKA

- Alibasyah, M.B. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen SIETE Cafe Bandung* (Skripsi tidak dipublikasikan). Bandung: Universitas Widyatama.
- Anggraeni, F. (2016). Pengaruh promosi, diskon dan impulse buying terhadap keputusan pembelian hypermarket ptc surabaya. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, 5(7), 1-15.
- Anggriawan, B., Suardana, I. W., & Sendra, I. M. (2016). Analisis faktor yang mempengaruhi impulse buying wisatawan domestik terhadap produk pariwisata di biro perjalanan wisata bali. *Jurnal Ipta. Fakultas Pariwisata UNUD*, 4 (1), 101-106.
- Ariyanti, T. (2014). Pengaruh strategi promosi terhadap penjualan produk di pt. united indo surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3 (10), 1-19.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Cetakan ke-14. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danuza, D. M. (2018) *Hubungan Intensitas Mengakses Online Shop Dan Tingkat Kepercayaan Rekomendasi Peer Group Dengan Pembelian Impulsif Secara Online* (Skripsi tidak dipublikasikan) .Universitas Diponegoro : Semarang
- Fauziah, F., Machmud, S., & Ada, S. (2012). Pengaruh promosi dan distribusi terhadap volume penjualan. *Jurnal Ilmiah Penelitian Manajemen*, 10 (1), 17-33.
- Gozali, H. (2016). *Pengaruh Credit Card, Discount, Free Product Dan Windows Display Terhadap Pembelian Impulsif Kounsumen Sogo Kunjungan Plaza Surabaya* (Skripsi tidak dipublikasikan) Surabaya : Unika Widya Mandala. Surabaya
- Gitaningmamba. A.W (2013). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Toko Lois Jeans Kota Kasablanka Periode Januari –Maret 2013)*. (skripsi tidak dipublikasikan) Jakarta : Universitas Bina Nusantara.

- Hanifah,L. (2015) *Hubungan Antara Konformitas Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri* (skripsi tidak dipublikasikan) Surakarta : Universitas Muhamadiyah
- Hendra Gunawan. (2017) transaksi *e-commsrce* di indonesia pada indonesia mencapai 4,89 AS. *Tribunnews.com*, Senin, 20 Februari 2017.
- Herdianto. A. (2017). *Hubungan antara persepsi terhadap budaya organisasi dan kepuasan kerja karyawan PT. Barlow Tyrie Indonesia* (Skripsi tidak dipublikasikan) Semarang : Unika Soegijapranata
- Hermanto,E.Y. (2016). Pengaruh *fashion involment* terhadap *impulse buying behaviour* masyarakat Surabaya dengan *hedonic shopping motivation* dan *positive emotion* sebagai variabel *intervening* pada merek zara. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10 (1), 11-19.
- Isa, M. (2015). Memahami Tipe Dan Karakter Konsumen Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran.*jurnal manajemen*.1 (2).
- Kasmiruddin. (2013). Analisis kekuatan persaingan bisnis ritel modern di Pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4 (1), 10-20.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). Marketing management. Sabran, B: *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta, Dki Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Madaera, J, B, S .(2018), *Pengaruh Fashion Involmen Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Fashion Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif* (Skripsi tidak dipublikaasikan) Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma
- Muljani, N (2014) Evaluasi Faktor-Faktor Eksternal pada perilaku pembelian impulsif. *Media Mahardika* 12 (3), 1-11.
- Nurtjahjanti, H. (2012). Hubungan antara persepsi terhadap harga dan kualitas produk dengan minat membeli produk fashion onlineshop di facebook pada mahasiswa politeknik x semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 11 (2), 1-8.
- Nisa', L.K. (2015). *Hubungan konsep diri dengan pembelian impulsif (impulsive buying) produk pakaian pada mahasiswi UIN MALIKI Malang* (skripsi tidak dipublikasikan)Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

- Pemayun, T.I.D.P, & Ekawati, N. W. (2016). Pengaruh promosi, atmosfer gerai, dan merchandise terhadap pembelian impulsif pada hardy's mall gatsu denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7),4132-4160.
- Permatasari, A. (2016) *pengaruh persepsi konsumen pada promosi penjualan terhadap kecenderungan perilaku pembelian tidak terencana* (skripsi tidak dipublikasikan) Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma
- Prihastama, B. V. (2016). *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket* (skripsi tidak dipublikasikan) Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rachmawati, D. (2012). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Diskon Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja* (skripsi tidak dipublikasikan) Malang : Universitas Muhammadiyah Malang
- Robing & Judge (2015). *Organizational organization*. Saraswati, R. & Sirait, F. (2015). *perilaku organisasi edisi 16*. jakarta : salemba empat
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal Of Consumer Research*, 14(2), 189-199.
- Saad, M. & Metawie, M. (2015).Store environment, personality factors and impulse buying behavior in egypt: the mediating roles of shop enjoyment and impulse buying tendencies. *Journal of Business and Management Sciences*, 2015, Vol. 3, No. 2, 69-77
- Sari, A. E. (2014, Mei). Analisis faktor yang mempengaruhi pembelian spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Xiii (1)*, 55-73.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, Dki Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Penerbit Srikandi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A (2013) *Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak* (Skripsi tidak dipublikasikan) Semarang : Universitas negeri Semarang

- Taroreh, O., Jorie, R. J., & Wenas, R. (2015). Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi jasindo manado. *Jurnal Emba*, 3 (3).
- Temaja B.W., Rahanatha G.B., dan Yasa N.N.K. (2015). Pengaruh *fashion involvement*, atmosfer, toko dan promosi penjualan terhadap *impulse buying* pada matahari *department store* dikota denpasar. *E-Jurnal Manajemen*. Universitas Udayana, 4 (6), 1466-1482.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*, 15.
- Vysma, R.O. (2016) *Impulse Buying Ditinjau Dari Self Esstem Pada Pramugari* (skripsi tidak dipublikasikan) Semarang : Unika Soegijapranata
- Walgito, B. (2004). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: ANDI
- Wijaya. M.H.P . (2014) Promosi, citra merek, dan saluran distribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian jasa terminik di kota manado, *jurnal emba*, 1(4).
- Widawati,L. (2011). Analisis perilaku “impulse buying” dan “locus of control” pada konsumen di carrefour bandung, *Jurnal Mimbar* , 27 (2), 125-132.
- Yusman H. (2016). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Polisi Lalu Lintas Dengan Kepatuhan Terhadap Peraturan Keselamatan Lalu Lintas* (skripsi tidak dipublikasikan) Semarang : Unika Soegijapranata.
- Zikra, R., & Yusra, Z. (2016). Kepuasan wanita berbelanja produk fashion berdasarkan cara membeli. *Jurnal Rap Unp*, Vii.