

DAFTAR PUSTAKA

- Anogara, Panji. 1997. *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta,
- Any Urwatul Wusko, *Pengaruh Store Environment terhadap impulse buying (survei pada pembeli SERBU MART SUKOREJO)*, *Jurnal Sketsa Bisnis* Vol. 1 No. 2 Desember 2014.
- Apria Sari,A. Widad, & Aslamia Rosa, *Pengaruh Sales Promotion, Personal Selling, dan Visual Merchandising Terhadap Perilaku Impulse buying Konsumen Matahari Departemen Store PsX Palembang, Tahun 2015*
- Bilson Simamora, *Aura Merek*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 92
- Budi Utomo, Setiwan. Tt. *Fiqh Aktual(jawaban tuntas masalah kontemporer)*. Jakarta : Gema Insani,
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Ombak ,
- Bungin, Burhan. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Cet ke 7*, Jakarta : Kencana,
- Chanani, Machfi. T.t. *PENGUSAHA MUSLIM: Majalah Pintar Pengusaha Muslim*. Yogyakarta : Yayasan Bina Pengusaha Muslim,
- Denny Kurniawan dan Yohanes Sondang, *pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan shipping emoticon sebagai variabel intervening studi kasusdi matahari departement store cabang supermall Surabaya*, *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA* Vol 1, No.2, 2013.
- Dikutip dari <https://katadata.co.id/berita/2017/12/28/ditopang-alibaba-lazada-dan-tokopedia-dominasi-pasar-e-commerce-2017>, pada 10 Februari 2018
- Eko Sujianto, Agus. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- febi.iain-tulungagung.ac.id, diakses pada 20April 2018
- Fenny Felicia Lumintang, *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing Dan Shopping Lifestyle Pada Online Shop*
- Fuad, M, dkk. 2000.*PengantarBisnis*. Jakarta ; Pt. Gramedia Pustaka Utama,
- Ghozali, Imam. 2006*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi*
3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,

- Graccella Aprillineva, *TEORI IMPULSE BUYING*,
https://www.academia.edu/3853789/TEORI_IMPULSE_BUYING?auto=download, diakses pada 27 Februari 2018
- H, Umam. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- H. Timotius, Kris. 2017. *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN : Pendekatan Manajemen Pengetahuann untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta : ANDI,
- Hatane Samuel, *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 2007
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif*. Jakarta : PT Grasindo,
- Ismu Fadli Kharis, *Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus Dilingkungan Universitas Diponegoro Semarang)*, Skripsi, Semarang : Fakultas Ekonomi Diponegoro Semarang, 2011,
- J.C Mowen dan M Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga,
- Johan Arifin. 2009. *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press,
- Kabar Washliyah. *Belanja Online Menurut Hukum Islam*.
<http://kabarwashliyah.com/2013/02/28/belanja-online-menurut-hukum-islam/>, diakses tanggal 7 Oktober 2017
- Kadek Kumala Dewi dan Ni Wayan Ekawati, *pengaruh retail mix terhadap impulse buying pada Hypermarket di Kabupaten Badung*, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 6, 2016 : 3421-3448.
- Kasmir, 2005. *Etika customer service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Lily, *Klasifikasi E-Commerce*. <http://pl701.ilearning.me/2014/02/26/klasifikasi-e-commerce/>, diakses pada 7 Oktober 2017
- Ma'aruf, Hendri. 2006. *Pemasaran ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama,
- Martono, Nanang. 2014. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF : analisis isi dan analisis data sekunder*, Cet .4. Jakarta : Rajawali Press,
- Mauludi, Ali. 2016. *Statistik 2*. Jakarta : Alim's Publishing,

- Miftahul Jauhari, *pengaruh Promosi, diskon, merek, store atmosfer, dan shopping emotion terhadap impulse buying dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta*, tahun 2017.
- Muhammad, 2005. *Metode Penelitian ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta : UPFE-UMY,
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan statistik Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika,
- NogiS Tangklisan, Hessel. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta : PT Grasindo,
- Nugroho, J. Setiadi, 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana,
- Nur Rianto Al- Arif, M. 2011. *Dasar – Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, Cet.Ke-1,
- Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis Edisi kedua*. Jakarta: Erlangga,
- Qardhawi, Yusuf. 2001. *Norma dan Etika Ekonomi Islam, Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, Jakarta : GIP, Cet. Ke-4
- Rangkuti, Freddy. 2001. *The Power of Brands: teknik mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan merek + analisis kasus dengan SPSS*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,.
- Ridwan Taufik, Tas'ir (kebijakan penetapan harga), 12 Agustus 2011, <https://ceramahideologis.wordpress.com/2011/08/12/tas%E2%80%99ir-kebijakan-penetapan-harga/>, diakses pada 7 Oktober 2017.
- Rizfan, *Konsep Bauran Pemasaran dan Strategi Pemasaran yang Perlu Dipahami*. <https://carainvestasibisnis.com/konsep-bauran-pemasaran-dan-strategi-pemasaran/>, Kotler, Philip. 1987. *Dasar - dasar Pemasaran, jilid 1*. Jakarta : Intemedia,
- Santoso, Singgih. 2017. *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia,

- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business*. America: John Wiley & Sons,
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. 2000. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,
- Silvia Sutejo, Bertha. 2006. *Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran*, Jurnal Manajemen, Vol.6, No.1, Nov
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta : LP3ES,
- Sitinjak Tony, dkk. 2004. *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
- Stanto, William dan Yohanes Lamarto. 1989. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Anggota IKAPI,
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta,
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta,
- Suharso, Puguh. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : pendekatan filosofi dan praktis*. Jakarta: PT. Indeeks,
- Suryani & Hendryadi. 2015. *METODE RISET KUANTITATIF: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP,
- Susanto, A.B. 2004. *Power Branding*. Jakarta: PT. Mizan Publika,
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta : Liberty,
- Teguh, Muhammad. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Tim penyusun Universitas Widyatama. 2007. *MODUL PRAKTIKUM: Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta, Andy,
- Tri Reza Saputra, *SKRIPSI Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Kecenderungan Impulse Buying Terhadap Tren Fashion Pada Remaja Kota*, 2017, hlm. 20

- Umar, Husein. 2002. *METODE RISET BISNIS : panduan mahasiswa untuk melakukan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsmen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Univesritas Ciputra, *Kualitas Pelayanan : Dimensi dan Cara Mengukurnya*.
<http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya>, diakses pada 28 Februari 2018
- Uswatun Hasanah, *SKRIPSI : Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Penjualan Online (Studi Kasus pada Mahasiswa SI Uin Walisongo Semarang, 2015*.
- Veronika Rahmawati, *Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, Dan Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Ritel, 2009*
- Widiyatmoko, Joko dan Ery Hermawan, 2008. *mengenal lebih dekat Internet*. Yogyakarta : PT Citra Aji Parama,
- Yevis Oesman, Marty. 2010. *Sukses mengelola masrketing, MIS, CRM, Customer*. Jakarta: Erlangga.