

DAFTAR PUSTAKA

- Chistina Whidya Utami,2010.*Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*,Jakarta: Salemba Empat
- Nana Herdiana,2015.*Manajemen Strategi Pemasaran*.Bandung:CV Pustaka Setia
- Ujang Sumarwan,2011. *Perilaku Konsumen*,Bogor: Ghalia Indonesia
- Apri Budianto,2015.*Manajemen Pemasaran*,Yogyakarta: Penerbit Omabak
- Henry Simamora,2000 *Manajemen Pemasaran Internasional*.Jakarta:Salemba empat
- Freddy Rangkuti,2009. *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communcation*,Jakarta:PT. Gramedia
- L. Rahmasari,2010.*Menciptakan impulse buying*.(Majalah ilmiah informatika 1(3) [www://etheses.uin-malang.ac.id/1656/6/11410078_Bab_2.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/1656/6/11410078_Bab_2.pdf) diakses pada tanggal 26 februari 2018
- Schiffman & Kanuk, *Consumer Behavior*,(America:Pearson Prentice Hall,2007).hlm.511 [www.Nielsen.com/promosi penjualan2007](http://www.Nielsen.com/promosi_penjualan2007). Diakses pada tanggal 26-02-2018
- Soeseno."Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Hypermarket Di Jakarta",Vol.3 No.1. Bisnis Indonesia Edisi Minggu 4 Mei, 2013.
- Pricylia Wauran & Jane Poluan,2016. *Pengaruh Promosi Penjualan dan Servicescape Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening*. Vol.16,No.4:Jurnal Berkala Ilmiah Efisien
- Tjokorda Istri Dwi Pradayawati Pemayun & Ni Wayan Ekawati,2016. *Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy's Mall Gatsu Denpasar*. Vol.5, No.7:E-Jurnal Manajemen Unud
- Meigie Putri Dalihade, James D.D Massie & Maria V.J Tielung, *Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Mega Mall Manado*. Vol.5, No.3,(Jurnal EMBA,2017)<http://mercubuana.ac.id/files/MetodeLogiPenelitian/Met%20Pen%20UMB%203-ok.pdf> diakses tanggal 28 januari 2018.
- Ana Fitriana, 2016. *Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak*. Vol.1, No.2:Journal Of Applied Intelligent System

- Jenni Anggraeni, Patricia Dhiana Paramita & M. Mukery Warso,2016. *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Atmosphere Terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang*. Vol.2, No.2:Journal Of Management
- Erna Susilawati & Rahma Wahdiniwati, *Pengaruh Kepribadian dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Produk Novel di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung*. Vol.1, No.1,(JIMMUNIKOM,2017)
- Diah Kenanga, Apratni Endang & Widayanto,*Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang.,.,.*2013.[Http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cetakan ke-22
- N.K, Malhotra,2009. *Riset Pemasaran*. Jakarta:PT. Indeks:Edisi keempat
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar,2008. *Pengantar Statistik*,Jakarta: Bumi Aksara
- Agus Eko Sujianto,2009.*Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*,Jakarta: Prestasi Pustaka Publisier
- Singgih Santoso,2010. *Statistik Multivariate*,Jakarta:Elex Media Komputindo
- Imam Ghazali,2011.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Agus Widarjono,2010.*Analisis Statistika Terapan*.Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Sugioyono,2003.*Metode Penelitian Bisnis*,Bandung:Alfabeta
- Imam Ghazali,*Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*
- Imam Ghozali,2005.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,Universitas Diponegoro:Semarang
- Singgih Santoso,2002.*Latihan SPSS Statistik Parametrik*,Jakarta:Elekmedia Komputindo
- V. Wiratna Sujarweni,2014.*SPSS untuk Penelitian*,Yogyakarta:Pustaka Baru Press
- M.Taufiq Amir,2005. *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada
- Wiyono, “*Pengaruh Impulse Buying Konsumen Retail Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*

Danang Sunyoto,2014.*Praktik Riset: Perilaku Konsumen*,Jakarta:PT Buku Seru

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2507.pdf> diakses tanggal 26-04-2018

<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1057/1012.pdf> diakses pada tanggal 26-04-2018

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/35734> diakses pada 29 April 2018

Kacen, Jacqueline J. dan Julie Anne Lee,2002. *The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior*. No.12.Vol.2 (Journal Of Consumer Psychology

Eko Suprayitno,2005. *Ekonomi Islam*,Yogyakarta:Penerbit Graha Ilmu

<http://basecampumj.files.wordpress.com/2010/11/cost.pdf> diakses pada tanggal 01 Agustus 2018

Adiwarman Azwar Karim, 2014.*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*,Jakarta:Rajawali pers

<https://www.rumahfiqih.com> diakses pada tanggal 5 Agustus 2018

<http://digilib.uinsby.ac.id/8647/5/bab.%20ii.pdf> di akses tanggal 10 Agustus 2018