DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Tauseef (2011). The Impulse Buying Behaviour of Consumes For The FMCG Products In Jodhpur. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences,* 5(11), 1704-1710.

Ali, A.M, Heidarzadeh, K.H, & Khospanjeh, Mahsa (2011). The Effect of Situational and Individual Factors on Impulse Buying. *World Applied Sciences Journal,* 13(9), 2108-2117.

Andi Supangat. 2008. *Statistika.* Jakarta:KENCANA.

Astrid G Herabadi, Bas Verplanken, dan Ad van Knippenberg. (2009), "Consumption experience of impulse buying in Indonesia:Emotional arousal and hedonistic considerations", *Asian Journal of Social Psychology,* Vol. 12, pp. 20-31.

Buchari Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung:Alfabeta.

Christina Widya Utami. 2010. *Manajemen Ritel (edisi 2).* Jakarta:Salemba Empat.

Danta, Jaya, J.G., & Octavina, B.S. (2005). Pengambilan Keputusan Membeli Ditinjau Dari Gaya Hidup Value Minded. *PSIKOLOGIA, 1(1),* 28-37.

Fauzia Agustini (2008), "Analisis Gaya Hidup Konsumen Menggunakan Psikografi Pernyataan *AIO* Pada PT Mitra Tour dan Travel Medan", *Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis,* Vol 3(1) 2008: 30-38.

Fika, A.T., & Sumaryono. Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi,* 3(1), 46-57.

Mandey, Silvia L (2009), "Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", Vol 6(1) 2009: 92-100.

Masri Singarimbun. 2011. *Metode Penelitian Survai.* Jakarta: *LP3ES.*

Muhamad Naffi, 2004, Tren Perkembangan Ritel, Pasar Tradisional akan Tergusur? (http://www.tempointeraktif.com). 15 April 2011.

M. Tohar. 2000. *Membuka Usaha Kecil.* Yogyakarta: Kanisius.

Minal, Shah, Guha, Sanjay dan Shrivastava Urvashi (2012), "Effect of emerging trends in retail sector on impulse buying behaviour-with reference to chhattisgarh region", *International Journal Of Engineering and Management Sciences*, Vol. 3(2) 2012: 142-145.

Paul, Ben, B.G. (2004). Determinants of Planned and Impulse Buying: The Case of the Philippines. *Asia Pacific Management Review*, 9(6), 1061-1078.

Rick Segel. 2008. *Retail Business Kit For Dummies.* Florida: John Willey and Son

Schiffman, L., & Kanuk,L. 2008. *Perilaku Konsumen.* New Jersey: Prentice Hall

Sugiyono. 2004. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.

Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung:Alfabeta.

Tendai, Mariri dan Crispen, Chipunza. (2009), "In-store environment and impulsive buying", *African Journal of Marketing Management*, Vol. 1(4) pp. 102-108.

Tirmizi, M.A. (2009). An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behaviour in Local Markets. *European Journal of Scientific Research,* Vol 28(4), 522-532.

Utami, Sri dan Sumaryono. (2008), "Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Kepribadian dan Respon Atas Iklan Terhadap Preferensi Merek Ponsel Nokia", Vol 10(1) Hal: 65-76.

Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya.* Bandung : Fakultas Ekonomi UNIKOM.

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia : Aplikasi Contoh & Perhitungannya.* Jakarta :Agung Media.

Winters Arthur A. , Goodman . (1984), "Fashion advertising & promotion", *Fairchild Publications,* 3(5), 25-32.

www.kaskus.co.id/showthread.php?t=5856785

Yang, Chyan, De Wang, Yan, & Jen Niu, Han (2008), "The Effect of Idolatry and Personality Traits on Impulse Buying: An Empirical Study, *International Journal of Management,* Vol 25(3) 2008: 633-640.