DAFTAR PUSTAKA

A.C Nielsen. 2007. *Survei of Consumer Behaviour and Perception Toward Modern Retail and Traditional Trade Channels.* Jakarta: Departemen Perdagangan Indonesia.

Ahmadi, Abu. 2003. *Psikologi Umum.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Alijan, Ellyana dan Silvia Thie Dayo. 2008. *Analisa Pengaruh Faktor Emotion, Hedonic, Pleasure, Cognitive Dan Affective Terhadap Pembelian Impulsif Di Sogo Department Store Di Plasa Tunjungan Surabaya*. Universitas Kristen Petra. Surabaya.

Amir, M Taufiq. 2000. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Aradhana Gandhi[1], Apoorva Vajpayee[2], Dewanshi Gautam[3] . *A Study of Impulse Buying Behavior and Factors Influencing it witg reference to Beverafe Products in Retail Store*. International Journal of Management.

Arikunto, Suharsimi, 2006, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi, PT, Rineka Cipta, Jakarta.

Arikunto, Suharsimi. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta

A. Shimp Terence. 2004. *Periklanan dan Promosi: aspek tambahan komunikasi terpadu - Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Rajawali Pers.

Augusty Ferdinand. 2011, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian*

untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

Boyd, Harper W, dkk, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.

Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perpective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hill.

Cahyorini, A., and Rusfian, E., 2011, *The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying, Journal of Administrative Science & Organization*, Vol. 18, No. 1, pp 11-21.

Cannon, Perreault, and McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Cannon, Perreault and McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 2 Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.

Christina Widya, Utami. 2008, *Manajemen Ritel*, Jakarta : Salemba Empat.

Christina Widya, Utami. 2012, *Manajemen Ritel*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.

Cummins, Julian, and Roddy Mullen. 2001, diterjemahkan oleh Andreas Haryono, 2004, *Sales Promotion*, Jakarta : PPM.

C. Nagadeepa[1], J. Tamil Selvi[2], Pushpa A[3] . 2015. *Impact of Sale Promotıon Techniques on Consumers' Impulse Buyıng Behavıour towards Apparels at Bangalore.* Asian Journal of Management Sciences & Education Vol. 4(1) January 2015, Page: 116-124.

Deswita. 2006. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Engel, James. F, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 2011. *Prilaku Konsumen.* Jakarta. Binarupa Aksara.

Fandy Tjiptono. 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi..

Faridha Anggraeni. 2016. *Pengaruh Promosi, Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket Ptc Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 7, Juli 2016.

Lis Hendriani. 2007. *Inovasi Program Promosi Untuk Sales*. Jakarta: Marketing.

Hatane Semuel, 2006. *"Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluakan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi". Jurnal manajemen dan kewirausahaan.*Vol.8.No.2.

Herliana Rahmi Saputri. 2016. "*Hubungan Antara Fashion Involvement Dan Impulsive Buying Dengan Harga Diri (Self Esteem) Pada Remaja Di Sman 2 Samarinda",* eJournal Psikologi, Vol. 4 (3) pp.249-259.

Hong Zhou, Zhe Gu. 2015. *The Effect of Different Price Presentations on Consumer Impulse Buying Behavior: The Role of Anticipated Regret*. American Journal of Industrial and Business Management, 2015, 5, 27-36.

Husein Umar, 2005, *"Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis"*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran,* Diterjemahkan oleh Bob Sabran MM, Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan oleh Bob Sabran MM, Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, New Jersey: PT Indeks.

Li, Xian Guo, Xia Wang, and Yu Juan Cai. 2011. *Corporate, Product, and User Image Dimensions and Purchase Intentions.* Journal of Computers, Vol. 6, No. 9.

Mariana. 2009. *Hubungan Sikap Konsumen Pada Discount Dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir. Skripsi* (Tidak Diterbitkan).

Mega Usvita. 2016. *Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Plaza Andalas Padang.* e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 4, Nomor 1, Januari 2016 :71-75.

Moh. Nazir. 2005. *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia. Jakarta.

Mowen, John dan Michael Minor.2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga.

Peter, J. Paul, dan olson, Jerry C. 2005. *Consumer Behavior and Marketing Strategy, 4th edition.*, Irwin. Jakarta: Erlangga

Rachma & Sri Setyo. 2013. "*Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana".* Jurnal Ilmu Manajemen, *Volume 1 Nomor 2 Maret 2013, p:528-540.*

Rivie C. T. Waani[1], Willem J.F. Alfa Tumbuan[2]. 2015. *The Influence Of Price Discount, Bonus Pack, And In-Store Display On Impulse Buying Decision In*

Hypermart Kairagi Manado. Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.420-428.

Schiffman, Leon G dan Leslie L. Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Shoham, A., dan Brencic, M. M., 2003. *Compulsive buying behavior, Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp.127 - 138.

Solomon. 2004. *Consumer Behaviour.* New Jersey: Pearson Education, Inc.,

Sudarmo. 2010. Gaya Kepemimpinan Perempuan Bagi Efektivitas Organisasi.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : Alfabetha.

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012.*Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Edisi Kedua*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Syahruddin. 2016. *Pengaruh Keputusan Impluse Buying Pada Pt. Lotte Mart Cabang Mall Panakkukang Makassar.* Jurnal Capacity STIE AMKOP Makassar, Vol. 11 No.2 Jun-Sep 2016, Hal 581-591.

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media.

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

Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Penerbit Genesis.

Wathani, F. 2009. *Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender*. *Skripsi. (Online).*

Wayan Aris Gumilang[1], I Ketut Nurcahya[2]. 2016. *Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping dan Impulse Buying.* .E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 15, No. 3, 2016: 1859-1888

Xu, Yin dan Jin-Song Huang. 2014. *"Effects of price discounts and bonus packs on online impulse buying" Social Behavior and Personality*. A international journal, Volume 42, Number 8, 2014, pp. 1293-1302(10).

www.marketing.co.id

www.giant.co.id

www.kompasiana.com

www.ekonomi.kompas.com