DAFTAR PUSTAKA

Ali, Asim., Hasnu, SAF. 2013. *Analysis of In-Store Shopping Enviroment on Consumers' Impulse Buying: Evidence From Pakistan.*

Bhatti, Khurram L. 2014. *The Impact of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying Behavior.*

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

Dayang Asning Kosyu, Kadarisman Hidayat, Yusri Abdillah.2014. *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya).* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).Vol. 14 No. 2

Dhio Permana.2014. *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Display Terhadap Impulse Buying (Survey Pada Koncumen Di Matahari Departement Store Di BIP,Bandung).*

Edwin Japarianto, Sugiono Sugiharto.2011. *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*.Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6, NO.1

Gültekin, Beyza., Özer, Leyla. 2016. *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying.*

I'sana, Allan Dwi. 2013. *Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below The Line, dan Emosi Poaitif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sri Ratu Pemuda Department Store*. (2013)

Meisiranta, Nina, 2009. *Consumer Online Buying impulsive. Academic Dissertation. Departement of Management Study. University Of Tampere. Finland.*

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

Musriha. 2011. *Pengaruh Perilaku Pembelian Hedonic dan Ultilitarian Terhadap Store loyalty di Matahari Department Store Surabaya*.

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*: Teori dan Aplikasi. Bandung.

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

Octa, Adiska., Zainul, Paramita., Sunarti, Arifin. 2012. *Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Imulsif Pada Toko Online Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara.*

Pangabdi, Ganjar. 2011. *Analisis Pengaruh Penataan Produk (Display) dan Respon Lingkungan Berbelanja Serta Dampaknya Terhadap Pembelian Impulsif Pada Distro Line.coltd Bandung*.

Puspita, Eldora Maulidya. 2016. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan VANS Store Surabaya.*

Rachmawati, Veronica. 2009. *Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Ritel*.

Rahmadana, Nur Maya Sari. 2016. *Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Implusif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda*.

Sipahutar, Sendi. 2013 *Pengaruh Display Toko dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan (HEDONIC) Terhadap Pembelian Impulsif Pada Ouval Reseach Bandung*.

Stern, H., April 1962, *The significance of impulse buying today, Journal of Marketing*, Vol. 26(4),

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

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

Tinarbuko, S. 2006. *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogya.* Jakarta : Erlangga

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

Tremblay, Amelie J. 2005. *Impulse Buying Behavior: Impulse Buying Behavior Among College Students In The Borderlands. Thesis. The University of Texas At El Paso*

Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel*: *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia.* Jakarta: Salemba Empat.

https://www.rabbani.co.id/profil-rabbani.html. Diakses pada 21 April 2017