

DAFTAR RUJUKAN

- Abshor, Moh Ulil. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Impulsif Pada Konsumen Indomaret (Studi pada Indomaret Wilayah Kampus, Jember)*. (Skripsi Program Studi Manajemen, FE, UMJ).
- Agustina, Lela, dan Parjono. 2017. “Pengaruh Suasana Toko dan Keanekaragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toserba Maya di Kec. Randublatung Kab. Blora”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 01, No. 01, ISSN: 2337-6708.
- Cahyorini, A. dan Effy Zalfiana Rusfian. 2011. “The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying”. *Journal of Administrative Science & Organization*, Vol. 18 No. 1, ISSN: 0854–3844.
- Febriana, F. C. 2017. “Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk dan Harga terhadap Impulse Buying pada Toko Kompas Kota Kediri”. *Simki-Economic*, Vol. 01 No.111, ISSN: BBBB-BBBB.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Wahyu. 2019. *Pengaruh Harga Terhadap Impulse Buying Konsumen Pada Produk Minimarket Artha Bima Mall (ABM)*. (Skripsi Program Studi Manajemen, FE, STIE BIMA)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadita. 2018. “Dampak Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Department Store”. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, Vol. 3, No. 3, ISSN: 2527-7502.
- Harsanto, L. F., dan Wahyu Hidayat. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis*, Vol. 0, No. 0, ISSN: -.
- Herukalpiko, Diah. Kenanga. D., dkk. 2013. “Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang”. *Journal Ilmu Sosial dan Politik*, pp. 1-9.
- Hultén, Peter dan Vladimir Vanyushyn. 2011. “Impulse Purchase of Groceries in France and Sweden”. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28, No. 5, ISSN: 0736-3761.

- Inggas, Debby Cintya. 2018. *Pengaruh Suasana Toko dan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Alfamart di Seririt*. (Skripsi Program Studi Manajemen, FE, UNDIKSHA).
- Kiswuryanto, Reza Pradipta, dan Augusty Tae Ferdinand. 2016. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online “Fisheye Outlet” Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5, No. 4, ISSN: 2337-3792.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. *Marketing an Introduction*. Indonesia: Pearson.
- Kotler, Pilip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Levy, Michael, dan Barton A. Weitz. 2004. *Retailing Manajemen 7th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Meylinda. 2018. *Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Golden Swalayan Tulungagung*. (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, FEBI, IAIN).
- Mimi, S. A., dan Daniaty Feliciana. 2017. “Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat”. *Jurnal Ekonomi Universitas Tarumanegara*, Vol. 22, No. 01.
- Mohan, Geetha, dkk. 2013. “Impact of store environment on impulse buying behavior”. *European Journal of Marketing*, Vol. 47, No. 10, pp. 1711-1732, <https://doi.org/10.1108/EJM-03-2011-0110>.
- Negara, D. J. & Dharmmesta, B. S. 2003. ”Normative Moderators of Impulse Buying Behaviour”. *Gajah Mada International Journal of Business*, Vol. 5, No. 1.
- Riyono dan G. E. Budiharja. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati”. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, ISSN: 2252-826.
- Saputro, Ikhsan Banu. 2019. “Pengaruh *Price Discount* dan *Store Atmosphere* terhadap *impulse buying* dengan *Positive Emotion* sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta”. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 16, No. 1.
- Stern, Hawkins., 1962. “The Significance of Impulse Buying Today”. *Journal of Marketing*, Vol. 26 No.2, pp. 59-62.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tobing, F. M., dan Dionisius Sihombing. 2016. "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Carrefour Citra Garden Medan)". *Jurnal Plans (Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 11, No. 2, ISSN: 1978-7057.
- Utami, Chirstina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Verplanken, Bas dan Ayana Sato. 2011. "The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach" Verplanken, Bas dan Ayana Sato. 2011. The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach. *Journal of Consumer Policy* (2011) 34:197–210.
- Verplanken, Bas dan Ayana Sato. 2011. "The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach". *Journal of Consumer Policy*, DOI: 10.1007/s10603-011-9158-5.
- Wicaksono, A. H., Fauzi, A., & Sunarti. 2017. "Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen terhadap Pembelian Impulsif (Survei pada Konsumen yang Melakukan Pembelian Impulsif di Matahari Department Store Matos Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 4, No. 2.
- Xiao, S. H. and Nicholson, M. 2012. "A Multidisciplinary Cognitive Behavioural Framework of Impulse Buying: A Systematic Review of the Literature". *International Journal of Management Review*, Vol. 15, No.3, DOI: [10.1111/j.1468-2370.2012.00345.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2012.00345.x).
- Yahmini, E. 2019. "Kecenderungan Impulse Buying pada Mahasiswa Ditinjau dari Latar Belakang Keluarga". *EXERO Journal of Research in Business and Economic*, Vol. 02, No.01, DOI: 10.24071/exero.2019.02.01.03.
- Yuwono, H., dan Yuwana Syamswana. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Konsumen pada Toko King di Malang". *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 2, No. 1, pp. 331-346.
- Zhou, Hong dan 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*, DOI: [10.4236/ajibm.2015.51004](https://doi.org/10.4236/ajibm.2015.51004).