

DAFTAR RUJUKAN

- Adiwijaya, Michael. 2010. *Mengelola Bisnis Ritel*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Pendekatan Suatu Penelitian*. Jakarta: Asadi Mahasatya.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Belk, Russell W., 1975, Situational Variables and Consumer Behavior, *Journal of Consumer Research*, Vol 2 December, pp157-164.
- Berman, dan Evan, 2007. *Manajemen Ritel*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Christian F. GUSWAI. 2008. *Rahasia Sukses Hypermarket yang Bisa Diterapkan untuk Bisnis Ritel Anda*. Cetakan 1. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cox, A. D, Dena Cox, and R. D. Anderson, 2005, Reassessing the Pleasures of Stores Shopping, *Journal of Business Research* 58, pp250-259.
- Del I. Hawkins *et al.* 2010. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York: Tata McGraw-Hil. H. 543.
- Enrique Made Reidia Gana Purwa, Ni Nyoman Kerti Yasa. 2014. *strategi store environment dan time pressure pada pembelian impulsif melalui emotional state*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol 5, No 2. Bali: Universitas Udayana.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Andi).
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haikal, Muhammad. 2019. Pengaruh Lingkungan Toko Dan Faktor Situasional Terhadap Perilaku Pembelian Tak Terencana Pada Toko Distro Yu Surf Banda Aceh. Aceh: Universitas Muhammadiyah Aceh
- Handi Irawan D. 2007. Smart Marketing Moves: Membangun Keunggulan Melalui Informasi, Komunikasi dan Produk. Cetakan ke-1. Gramedia. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hawkins, Del I, Roger J. Best, and Kenneth A. Coney. 2007. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. Tenth Edition, McGraw-Hill Irwin, New York.
- Hendri Ma'ruf. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hoyer, W.D. and MacInnis, D.J. 2010. *Consumer Behavior* 5th ed. Mason. OH: South-Western.
- Indah Agustiarini, Arika. 2012. Pengaruh faktor situasional terhadap pembelian impulsif pada midnight sale centro department store Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi Kesebelas alih bahasa Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Larissa Wolf et al. 2017. *The Influence of Situation-Dependent Factors on Mobile Shopping Usage*, Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences. h.2.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. 2012. *Retailing Management*. New York. America: McGraw-Hill/Irwin.
- Makal, E. N. (2018). Pengaruh Faktor Situasional Dan Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Motivasi Belanja Hedonik Sebagai Intervening'. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol, 6(1), 27-42.

- Mowen, Jhon C and Michael Minor. 2001. *Consumer Behavior*. Fifth Edition. Harcourt. Inc.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1 dan 2 Edisi kelima alih bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Muflih, T. F. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Pembelian Impulsif Pada Binjai Supermall. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 270-293.
- Mulianingrum, Wikartika. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Merek Super T-Shirt (Studi pada Pengunjung Matahari Departement Store Singosaren). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- M. Anang Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Oktaprinanta, N. (2017). Pengaruh Lingkungan Toko Dan Faktor Situaional Terhadap Perilaku Pembelian Tak Terencana Pada Matahari Departement Store Denpasar. *Artikel Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawjaya*
- Park, Jihye and Sharron J.Lennon. 2006. Psychological and environmental antecedents of Impulse Buying Tendency in the Multichannel Shopping Context. *Journal of Consumer Marketing*. Vol 23/2, pg 58-68.
- Peck, Joann dan Terry L. Childers. 2006. "If I Touch it I Have to Have It: Individual and Environmental Influences on Impulse Purchasing." *Journal of Business Research*
- Peter J. Paul and Jerry C. Olson. 2008. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Eight Edition, McGraw-Hill.
- Purnami, Ni Made. 2014. Pengaruh Lingkungan Toko dan Faktor Situasional Terhadap Prilaku Pembelian Tak Terencana Pada Matahari *Departement Store* Denpasar. Bali: Universitas Udayana
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohman, Fatchur. 2012. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembeli Impulsif*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia

Setiawan, Arik. 2011. Pengaruh Atmosfer Toko Dan Perspektif Waktu Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Pada Konsumen Di Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Malang. Universitas Brawijaya

Septiana, Aldila. 2017. Analisis Perilaku Konsumen. Cetakan ke-1. Jawa Timur: Duta Media Publishing.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV.

Suhaemi, M. dan Muharram, J. 2018. Pengaruh Lingkungan Fisik dan Hedonic Shopping Value Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan Di Giant Express Cilegon. Jurnal Manajemen, 8(2), 116-128

Sujana, Asep ST. 2012. Manajemen Minimarket. Jakarta: Raih Asa Sukses (penebar Swadaya Grup).

Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono. 2018. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen. Bogor: PT IPB Press.

Verplanken, B. & Herabadi, A. 2001. Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*. 15.

Wathani, Fikrah. 2009. Perbedaan kecendrungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender. *Skripsi*. USU Repository (diakses 4 April 2012).

Wayan Agus Widiartaka dan Ni Made Purnami. 2014. Pengaruh Lingkungan Toko Dan Faktor Situasional Terhadap Perilaku Pembelian Tak Terencana Pada Matahari *Departement Store* Denpasar. Universitas Udayana

Yossie, Dharma Tuah, Firman Ario. 2018. *Consumen Behavior In Era Millennial*. Cetakan ke-1. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.