

## DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto, A. B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group. Jakarta.
- Agustiarini, Arika Indah. 2012. *Pengaruh Faktor Situasional terhadap Pembelian Impulsif (Midnight Sale Centro Department Store Yogyakarta)*. Tesis Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behaviour and Marketing Action 4th Edition*. USA: PWS – Kent Publishing Company
- Arief M., Rahayu M., & Thoyib A., 2002, Analisis Strategi Diferensiasi Yang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Hotel melati III di Kota Malang, *Jurnal Manajemen*, hal 49-71
- Beatty, Sharon dan E. Ferrell. (1998). *Impulse Buying: Modeling its Precursors*. *Journal of Ghazali, Imam*. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*
- Bong, S. 2011. *Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Hypermart di Jakarta*. Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara, Gading Serpong, Tangerang-Banten Jawa Barat. *Ultima Management*, Vol. 3, No. 1.
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Broekemier, Greg., Ray. M., and James W. G. 2008. *An Exploration of Happy/Sad And Liked/Disliked Music Effects On Shopping Intentions In A Woman's Clothing Store Service Setting*. *Journal of Services Marketing*, 22(1), pp: 59-67.
- Chen, Tsai. 2008. *Impulse Purchase Varied by Products and Marketing Channels*. *Journal of International Management Studies*.
- Cummins, Julian. Roddy Mullin. 2004. *Sales Promotion . PPM*. Jakarta
- David Yoon Kin Tong dan Kim Piew Lai. 2012. *Ladies' purchase intention during retail shoes sales promotions*. *International Journal of Retail & Distribution Management* Vol. 40 No. 2, 2012 pp. 90-108
- Donovan, R.J. and Rossiter, J.R., 1982, *Store Atmosphere: An Environment Psychology Approach*. *Journal of Retailing*, 58 (Spring): 34-57.
- Dunne, P & Lusch, R. 2008. *Retailing edition*. Mason: Thomson Higher Education.
- Engel, J., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa: Budyanto. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara Publisher
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Foxall G., 1993. *Situated Consumer Behaviour: a behavioral interpretation of purchase and consumption*. *Research in Consumer Behaviour*, 6, 113-152. Sinaga, Ingrid., Suharyono., Kumadji, Srikandi. 2010. *Stimulus Store Environment dalam Menciptakan Emotional Response dan Pengaruhnya terhadap Impulse Buying*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Ghozali, Iman. 2005. *Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001. *SPSS Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Retailing*, p. 169-191.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Badan Penerbit BPF.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gutierrez, Ben Paul B. 2002. "Planned Versus Impulse Buying: Implications To Retail Search Strategies." Discussion Paper No. 0205
- Gutierrez, Ben Paul. B. 2004. *Determinants of Planned and Impulse Buying : The Case of the Philippines*. Asia Pacific Management
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill Company Inc.
- Hansen, H., B.M. Samuelsen and P.R. Silseth, (2008). *Customer perceived value in B-t-B service relationships: Investigating the importance of corporate reputation*. *Ind. Market. Manag.*, 37: 206-217.
- Hentharie, Jondry Adrin. 2012. *Peran Emosi Positif Sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial Terhadap Impulse Buying Tendency pada Matahari Departement Store Kota Medan*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(4), hal: 890-898.
- Indriantoro, dan Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFY-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: GP. Press, 2009.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip. and Keller K.L. (2007), "Manajemen Pemasaran Jilid. 2", Indonesia, Macanang Jaya Cemerlang, Edisi 12.
- Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2006. *Principles of Marketing* . Pearson Prentice Hall. America
- Lee, Monle. Carla Johnson. 1999. *Principles of Advertising : A Global Perspective*. The Haworth. Press.

- Lovelock, C and Wirtz, J. (2004). *“Services Marketing”*, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Lubis, A. 2004. Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis. Artikel pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Sumatera Utara, SUMUT.
- Ma'ruf, Hendri . 2005. Pemasaran Ritel. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Masri Singarimbun Efendi, Sofyan, 2005, Metode Penelitian Survey, Pustaka LPJES. Indonesia
- Majalah Marketing 10 Karakter Konsumen Indonesia. 2007. Info Cahaya Hero. Second Special Edition. Second edition.
- . 2007. Impulse Buying : Tantangan Baru Pemilik Merek. Marketing. Jakarta
- . 2007. Mencari Yang Serba Instan. Marketing. Jakarta
- Mattila, S. Anna and Jochen Wirtz. 2006. The Role Store Environmental Stimulation and Factors on Impulse Purchasing. *Journal of Service Marketing*: 562-567.
- . 2007. The Role of Store Environmental Stimulation And Social Factors on Impulse Purchasing, *Journal of Services Marketing*,
- . 2008. The role of store environmental stimulation and social factors on impulse purchasing. *Journal of Services Marketing*, Vol. 22, No. 7, pp. 562-567.
- Matilla, Anna S and Jochen Wirtz. 2008. The Role of Store Environmental Stimulation And Social Factors On Impulse Purchasing. *Journal of service marketing*, 22(7), pp: 562-567.
- Media Computindo, Jakarta. Tdjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Pemasaran. Jakarta
- Mowen, John C. Michael Minor. 2001. Consumer Behavior. Harcourt College Publisher.
- Mowen, John C. and Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mullins, John W., Orville C. Walker Jr., Jean Claude Larreche, and Harper W. Boyd. 2005. *Marketing Management : a Strategic Decision Making approach*, Fifth Edition. New York : The mc graw – Hill companies.
- Park, Fihye dan Sharron F. Lennon. 2006. Psychological and environmental antecedents of impulse buying tendency in the multichannel shopping context. *Journal of Consumer Marketing*, 23(2), pp: 58-6
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Purba, J. 2002. Pengelolaan Lingkungan Sosial : Kantor Menteri Negara Lingkungan Hidup. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

- Pudjiastuti, Wahyuni. (2010). *Special Event : Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Rohman, Fatchur. 2009. *Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif Sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang*.
- Rangkuti, Freddy. ((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama
- Ruslan, Rosady.2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung, Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2003). “ *Perilaku Konsumen* “. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sutisna. 2001. *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran (edisi ke-3)*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Shoham, Aviv. Maja Makovec Brecic. 2003. *Compulsive Buying Behavior*. Journal Of Consumer Marketing. Israel. Slovenia.
- Schiffman, Leon G. Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall. America
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2003. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Tong, K. Y. D. Lai, P. K. and Tong, F. X. (2012) “*Ladies purchase Intention during the Retail Shoes Sales Promotion*” *International Journal of Retail & Distribution Management* Vol. 40, No. 2, 2012, pp. 90-108
- Thoyib, Usman. 1998. *Manajemen Perdagangan Eceran*1. Yogyakarta:Ekonisia.
- Weerathunga, A & Pathmini, M. (2015). “*Impact of sales of Sales Promotion on Consumer’s Impulse Buying Behaviour (IBB); Study In Supermarket In Anuradhapura City*”. *International Research Symposium Rajarata University of Sri Lanka*. 321-332 (Jurnal sumbangan)
- Yudatama, A., Saryadi, dan Susanto, H. 2012. *Pengaruh Store Image, Store Atmospherics, Store Theatrics, dan Social Faktors Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Pada Luwes Pasar Swalayan Ungaran)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. pp: 1-10.

