

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II, Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Indek Kelompok Gramedia.
- Bob Foster.2008. "Manajemen Ritel". Alfabeta Bandung
- Coley, A. and Burgess, B. 2003 *Gender differences in cognitive and affective impulse buying, Journal of Fashion Marketing and Management* Vol 7 No. 3. pp. 282-295.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D, and Miniard, P.W. 2006. *Consumer Behaviors*, 10th edition, Mason : Thomson South – Western, alih bahasa Budijanto.
- Engel, James F. Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard, 2006 *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Budi Janto, Jilid I, Edisi Keenam, Binarupa Aksara, Jkarta Barat.
- Gilbert, David. 2003. *Retailing Mrketing Management*. 2th Edition. England, Endinburgh Gate: Pearson Educated Limited.
- Hetharie, J.A. 2012. *Peran Emosi Positif sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial terhadap Impulse Buying Tendency pada Matahari Departement Sore Kota Ambon*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 410.
- Kanuk, L.L. dan Sciffman, L.G., 2008 *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong, 2008. *Principles of Marketing*, Fifth Edition, Pentice-Hall Inc., New Jersey.
- Kotler, Philip, dan Keller, Lane Kevin, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Laros, Fleur J.M., & Jan Benedict E.M. Steenkamp. 2005 *Emotions in Consumer Behaviour: Hierarchical Approach*. Journal of Business Research. 58 1437-1445.
- Maruganantham, G., dan Ravi Shankar Bhakat. " *A Review of Impulse Buying Behavior*", International Journal of Marketing Studies, Vol. 5, No. 3, 2013, ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203.
- M. Tohar 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta : Kanisius

- Mower dan Minor 2001 *Perilaku Konsumen Jilid I*, Edisi Kelima terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Mahmuda, Rachmat. 2013 “*Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Mayasari Plaza*” pp.130-132
- Negara, Danes Jaya dan Basu Swastha Dharmmesta. 2003. “*Normative Moderatos Of Impulse BuyinG Behaviors*”. *Jurnal of Bussines*, Vol. 5, No.1, h. 1-14
- Rachmawati, Veronika. 2009 “*Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, Dan Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen Ritel*,” “*Jurnal Mjalah Ekonomi*, Agustus 2009, h. 192-208.
- Rizky Arya Lestari “*Pengaruh Pelayanan Ritel, Emosi Positif dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif*” pp. 96-133
- Schiffman, Leon G. Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh,. Penerbit Indeks Jakarta.
- Semuel, Hatane. 2008. “*Respon Lingkungan Belanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba ada Toserba.*” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.7, No.2,h. 152-170.
- Samuel, Hatane. 2006 *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi*, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* Vol 8 No 2, 101-115.
- Sinamora, H. 2000. “*Manajemen Pemasaran Internasional*”, Jilid Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008 *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: ANDI.
- Stanton, William J. 2005 *Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi ke 7*, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2011 *Perilaku Konsumen: Edisi 2*. Ghailia Indonesia. Bogor.
- Sugiyono 2010 *Statistika untuk Peneltian*. Bandung : Alfabeta
- Tirmizi, MA. Dkk. 2009 *An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets. European Journal of Scientific Research*, Vol.28 No. 4, pp.522-532.

- Widoyoko, Eko Putro. 2012 *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Utami, Christina Whidya. 2010 *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta : Salemba Empat.
- Zhang, Y., Sirion, C., and Combs, H. 2011 *The Influence of the mall environment on shopper's values and consumer behavior in China*. *ASBBS Annual Conference Volume 18 Number 1*, pp.214-224.