

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, E. (2015). Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Di Pusat Perbenjaan Modern Di Surabaya. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 155-180.
- Adi, R. (1997). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Asterina, F., & Hermiati, T. (20013). Pengaruh discount terhadap perilaku impulse buying. *Administrasi niaga*.
- Bong, S. (2011). Pengaruh in-store stimuli terhadap impulse buying behavior konsumen Hypermarket di Jakarta. *Ultima Manajemen*, 3(1).
- Febriyanto, H., & Diharto, A. K. (2018). *Pengaruh Shopping lifestyle, discount dan promosi penjusltn impulse buying pada transmart pelanggan solo* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Surakarta).
- Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. *SEGMEN-Manajemen*, 10(1. a).
- Herukalpiko, D. K., Prihatini, A. E., & Widayanto, W. (2014). Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 132-140.
- Isra Mirandha, I. (2017). Pengaruh tampilan etalase, pendekatan promosi, gaya hidup berbelanja, dan karyawan toko terhadap pembelian impulsif pada pengunjung Hermes Palace Mall Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(3).
- Japariato, E., & Sugiharto, S. (2012). Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32-41.
- Kanserina, Dias, Iyus Akhmad, and I, Made Nuridja. "Pengaruh literasi dan gsyah hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi universitas pendidikan ekonomi universitas pendidikan ganesha tahun 2015." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undisksha* 5.1 (2015).
- Kosyu, D. A. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).
- Maharani, H. (2010). Modul Metodologi Penelitian.

- Manggiasih, F. P., Widiartanto, W., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Discount, Merchandising, Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 164-174.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja di kota Malang. In *Psychologi Forum UMM* (1998) (pp. 978-79).
- Nia, W., & Ika, Y. M. (2017). *Pengaruh shopping lifestyle, merchandising, price reduction dan store atmosfer terhadap impulse buying behavior (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Luwes Delanggu)* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Nurrofi, A. (2012). Pengaruh disiplin kerja dan pengalaman kerja terhadap prestasi kerja karyawan pada departemen produksi pt. leo agung semarang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 3(1).
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Sudaryono. 2017. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Rajagrafindo persada
- Suhriyanto, S., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2018). Pengaruh shopping lifestyle, discount dan *fashion involvement* terhadap impulse buying pada mahasiswa pengunjung matos (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(7).
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Aflabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2007). Metode penelitian. *Bandung: PT Remaja Rosda Karya*.
- Sunarto, SE., MM. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Yogyakarta: Adityamedia
- Susanto, A. S., & Malang, A. U. M. C. (2013). Membuat segmentasi berdasarkan life style (gaya hidup). *Jurnal Jibeka*, 7(2), 1-6.
- Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 3(1).
- Temaja, I. K. W. B., Rahanatha, G. B., & Yasa, N. N. K. (2015). Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store Di Kota Denpasar. *None*, 4(6).

- Tirmizi, M. A., Rehman, K. U., & Saif, M. I. (2009). An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets. *European Journal of Scientific Research*, 28(4), 522-532.
- Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2018). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan sales promotion terhadap impulse buying behavior konsumen wanita di mtc manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Utami, O. R., & Rastini, N. M. (2015). Pengaruh variabel demografi, kualitas layanan, atmosfer toko pada Impulse Buying Di Hypermart Mal. *Jurnal Manajemen*, 4(5), 1229-1237.
- Waani, R. C., & Tumbuan, W. J. A. (2015). The influence of price discount, bonus pack, and in-store display on impulse buying decision in hypermart kairagi manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).