

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, Ria. 2013. **Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* Pada Hypermarket Di Kota Bandung.** Jurnal Administrasi Negara. Universitas Padjadjaran: Bandung.
- Bong, Soeseno. 2011. **Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap *Impulse Buying* Behavior Konsumen Hypermarket Di Jakarta.** Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara: Jawa Barat.
- Darmayanti. 2008. **Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Konsumen Butik Rudy Collection di Tangerang.** Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Durianto, Darmadi, et al. 2005. **Recent Trends in Marketing Issues.** Penerbit Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Dharmmesta, Basu Swasta. 1998. **Theory of Planned dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen.** Kelola Program Manajemen UGM, No. 18/VII/1998: Yogyakarta.
- Engel, James F, 1994 , **Perilaku Konsumen jilid 1**, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell dan P.W. Miniard. 1995. **Perilaku Konsumen.** Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Esch, Franz-Rudolf, Joern Redler Dan Tobias Langner. 2003. **Promotional Efficiency And The Interaction BetweenBuying Behavior Type And Product Presentation Format –Evidence From An Exploratory Study.** Personal Selling and Sales Management Track.
- Fadjar, Adhi Dwiono. 2007. **“Stimulan – stimulan Dalam Toko Yang Mendorong Konsumen Melakukan Pembelian Yang Tidak Direncanakan (*Unplanned Purchase*) (Studi Kasus Pada Matahari Supermarket Java Supermall Semarang).** Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Fadli Kharis, Ismu. 2011. **Studi Mengenai *Impulse Buying* Dalam Penjualan Online (Studi Kasus Di Lingkungan Universitas Diponegoro).** Skripsi Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Fakultas Diponegoro.

- Fathonah, Siti. 2009. **Pengaruh Hedonic Shopping Motivations Dan Store Attributes Terhadap Shopper Loyalty**. Jurnal Siasat Bisnis: Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Edisi I. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
-2007. **Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Edisi II. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Felicia Lumintang, Fenny. 2012. **Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing Dan Shopping Lifestyle Pada Online Shop**.
- Ghozali, Imam, 2001, **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, BP UNDIP Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. **Analisis Multivariate SPSS**. Semarang: BP Undip.
- 2007. **Analisis Multivariate SPSS**. Semarang: BP Undip.
- Gutierrez, Ben Paul B. 2004. **Determinants of Planned and Impulse Buying : the Case of the Philippines**. Asia Pacific Management Review, 9(6), pp. 1061 – 1078.
- Imalana. 2012. **Analisis Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Transaksi C2C Commerce (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus)**. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia.
- Kurnia, Ari. 2012. **101 Bisnis Online Yang Paling Laris**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003, **Manajemen Pemasaran Jilid 1 & 2**. PT Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. **Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid 2**. PT. Indeks. Jakarta. Alih Bahasa: Tim MarkPlus.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi ke-13. Terjemahan oleh Benyamin Molan. PT Indeks.
- Loudon, David L. And Albert J Della Bitta 1993. **Consumer Behavior Concept and Application**, Penerbit MC. Graw Hill Book Co.
- Mowen, John C dan Michael Minor, 2002. **Perilaku Konsumen**. Erlangga: Jakarta.
- Negara, Danes Jaya dan Basu Swastha Dharmmesta. 2003. "Normative Moderators of Impulse Buying Behavior". Gadjah Mada International Journal of Business, Vol. 5. No. 1.
- Park, J., dan Lennon, S. J. 2006. **Psychological and Environmental Antecedents of Impulse Buying Tendency In the Multichannel Shopping Context**. Journal of Consumer Marketing, Vol. 23, No. 2: pp 58-68.
- Perdani, Raka Fitriayu. 2010. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Tip Top Supermarket Depok**. Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 1999. **Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran**. Edisi 4. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta. Alih Bahasa: Damos Sihombing
- Puspitasari, Ayu. 2009. **Analisis Sikap Konsumen Atas Pembelian Pakaian Melalui Toko Pakaian Online Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Pembelian**. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.
- Purba, Rao. 2006. **Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis**. The Asian Manager February- March, p.28-32.
- Raharjani, Jeni. 2005. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)". *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 2. No. 1. Januari. Hal. 1-15.
- Semuel, Hatane, 2005. **Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba)**. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.7. No.2, September; Hal. 152-170

- Semuel, Hatane, 2006. **"Dampak Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi"**, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.8. No.2, September; Hal. 101-115.
- Sugiyono. 2001. **Metode Penelitian Bisnis**. Alfabeta: Jakarta.
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Tindakan Kelas Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D**, Bandung: Alfabeta.
- Sullivan, Gia j., Dr. Iris B. Mauss. 2008. **Got To Have It: The Effects of Stress and Automatic Regulation of Stress on Impulse Buying**. Journal of Personality and Social Psychology.
- Sultan and MD Nasir. 2011. **Consumers' Attitude Towards Online Shopping Factors Influencing Gotland Consumers To Shop Online**. Jakarta.
- Supranto, J. 1994. **Statistik: Teori dan Aplikasi Edisi Kelima**. Erlangga: Jakarta.
- Sevgin A. Eroglu, Karen A. Machleit, and Terri Feldman Barr. 2005. **Perceived Retail Crowding and Shopping Satisfaction: The Role of Shopping Values**. Journal of Business Research, Special Issue on Retail Consumer Decision Making.
- Spool, Jared, 2002, **"What Causes Customer to Buy on Impulse?"**, e-commerce White Paper. Available: <http://www.uie.com>.
- Swastha, Basu. 1990. **Manajemen Pemasaran Modern**. Liberty: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. **Strategi Pemasaran**, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2000. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Utami, Christina Whidya. 2006. **Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern**. Salemba Empat. Jakarta.

<http://www.apjii.or.id> diakses 30 Oktober 2013

www.google.com

www.internetworldstat.com diakses 30 Oktober 2013

www.kominfo.co.id

<http://www.topbrand-award.com/media-center/top-brand-2009>.

