

DAFTAR PUSTAKA

- Choudhary, S. (2014). Study Of Impulse Buying Behavior Of Consumers. *International Journal Of Advane Research In Computer Science And Management Studies*, Vol 2 No 9, Hal 1-4.
- delamibrands. (2019, April 23). Retrieved from www.delamibrands.com.
- Dhameria, V. (2014). Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kulaitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol 13 No 1, Hal 1-44.
- Dwi Isana, A., & Nugraheni, R. (2015). "Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below The Line, Dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sri Ratu Department Store". *Diponegoro Jurnal Management*, Volume 2, Nomor 2. Hal 58-65.
- Fitriana, A. (2016). Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak. *Journal Of Applied Intelligent System*, Vol 1 No 2, Hal 90-102.
- G, M., & Bakat, S. R. (2013). A Review Of Impulse Buying Behavior. *International Journal Of Marketing Studies*, Vol 5 No3, Hal 149-160.
- Iqbal, A., Akhtar, S., & Lodhi, R. N. (2014). Determinants Of Impulsve Buying For Clothing In Pakistan. *British Journal Of Marketing Studies*, Vol 2 No 8, Hal 32-43.
- Khan, M. T., Humayun, A. A., & Sajjad, M. (2015). Factors Affecting Impulse Buying And Percentage Of Impulse Buying in Total Purchasing. *International Journal Of Information, Business And Management*, Vol 7 No 1, Hal 254-268.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Jakarta.
- Lawu, B. (2015). "Pengaruh Elemen Brand Knowledge Dan Brand Equity Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen*, , Vol 14, Mei, 197-222.
- Matiila, A., & Wirtz, F. (2013). The Role Of Store Enviromental Stimulation and Social Factors on Impulse Buying. *Journal Of Services Marketing*, Vol 22 No 7, Hal 562-567.
- Mongdong, V., & J.Tumewu, F. (2015). "Analyzing The Effect Of Marketing Mix, Service Quality And Brand Equity On Consumer Decision In Indomaret Manado. *Jurnal Emba*, Vol 3, No2, Juni, Hal 1095-1103.

- Pontoh, M. E., Moniharapon, S., & Roring, F. (2017). Pengaruh Display Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 5 No2, Hal 1823-1833.
- Prasetyo, P., Kamela, I., & Rosha, Z. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan (Hedonic) Terhadap Impulsive Buying Pada Ramayana Robinson Plaza Andalas Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vol 6 No 2.
- Putri, S., & Kusmaningrum. (2014). "Pengukuran Brand Equity Jasa Pengiriman Barang Di PT.Pos Indonesia (Persero)". *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, Vol 2, Juli, Hal 361-371.
- Rahmadana, N. M. (2016). Pengaruh Display Produk Dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 4 No 3, Hal 683-697.
- Rahmawati, A., Fajarwati, & Fauziyah. (2016). *Statistika Teori Dan Praktek*. Edisi III. Yogyakarta.
- Santy, & Adhipratama. (n.d.). "Display Toko, Gaya Hidup Dan Pembelian Impulsif". *Majalah Ilmiah Unikom*, Vol 11, Hal 87-102.
- Satriawan, H., & Yulianti. (2015). "Hedonisme Konsumen Sebagai Variabel Mediator Antara Pemasaran Dan Pembelian Tidak Terencana". *Jurnal Ilmu Kel & Kons*, Vol 8, Januari, Hal 59-68.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business*. Edisi 4, Buku2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business*. Edisi 4, Buku1. Jakarta: Salemba 4.
- Syukri, R., Dra. Yulihar Mukhtar M.Si, & Mery Trianita SE, MM. (2015). "Pengaruh Gaya Hidup, Display Toko, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Pada Amole Distro Padang".
- T Waani, R., & Alfa Tumbuan, W. (2015). The Influence Of Price Discount, Bonus Pack And In-Store Display On Impulse Buying Decision In Hypermarket Karagi Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 3 No 3, Hal 420-428.
- Tawarik, A. (2014). "Merek dan Fashion Involvement Pengaruhnya Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Konsumen". *Jurnal EMBA*, Vol 2. No2, Juni, Hal 975-984.
- Vishnu, P., & Raheem, R. A. (2013). Factors Influencing Impulse Buying Behavior. *European Journal Of Scientific Research*, Vol 100, Hal 67-79.

Winawan, B., & Yasa, N. (n.d.). *"Pengaruh Penataan Produk, Jenis Kelamin, Dan Daftar Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana"*. Hal 2133-2149.