



## DAFTAR PUSTAKA

- Bhakat, G. M. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *Researchgate*, 1-13.
- Coley, A. B. (2003). Gender Differences in Cognitive and Affectives. *Journal of Fashion Marketing and Management*.
- Ekonomi, G. (2022, januari 24). *Pengertian analisis data*. Retrieved from Sarjanaekonomi.
- Engel, J. B. (1993). *Consumer Behavior. Seventh Edition*. USA: The Dryden Press.
- Engel, J. B. (1995). *Perilaku Konsumen, Edisi keenam Jilid dua. Alih Bahasa: Budiyanto*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hafifah, N. O. (2018). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN. *Repository.Unicom*, 1-20.
- Henrietta, P. (2012). Impulsive Buying pada dewasa Awal di Yogyakarta. *E Jurnal Undip*, 1-6.
- Herabadi, A. V. (2009). Consumption Experience of Impulse Buying in Indonesia: Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 20-31.
- Hidayat, Z. H. (2017). core.ac.uk. *FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE DI KOTA MEDAN*, 1-7.
- indonesia, L. m., & indonesia, L. M. (2021, january 30). Retrieved from LalaMove: <https://www.lalamove.com/id/blog/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen>
- Irdina. (2021, Juni 23). *Mengenal perilaku konsumen dalam belanja Online*. Retrieved from Yoursay.suara: <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/06/23/202816/mengenal-perilaku-konsumen-dalam-belanja-online>
- Ismail, M. I. (2020). *EVALUASI PEMBELAJARAN..* PT.Rajagrafindo Persada.
- Ismail, M. I. (2020). *EVALUASI PEMBELAJARAN*. PT.Rajagrafindo Persada.
- Koski, N. ( (2004).). Impulse buying on the internet: Encouraging and discouraging. *Frontiers of e-business research*.
- Kotler, P. &. (2009). *Marketing Management Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.



- Kusworo, A. D. (2021, November 17). *Perilaku konsumen di era Revolusi industri 4.0*. Retrieved from buletin.nscpolteksby.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Minor, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. a. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. singapore: The Mc.Graw Hill Companies,Inc.
- Negara, D. J. (2003). Gajah Mada International Journal of Business. *Normative Moderators of Impulse Buying Behaviour*, Vol. 5. No. 1.
- NISP, R. O. (2021, 7 23). *Impulsif buying*. Retrieved from ocbnisp.
- Pamudyaning, R. A. (n.d.). PENGARUH INOVASI DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP FASHION. *Repository Iki*, 1-8.
- Peter, J. P. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Putri, R. r. (2015). Gambaran Self Regulation Pada Unplanned online buyers. *pustaka unpad*, 1-10.
- Rachmawati, V. (2009). *Download garuda kemendikbud*, 1-18.
- Rachmawati, V. (2009). HUBUNGAN ANTARA HEDONIC SHOPPING VALUE,. *Download garuda kemendikbud*, 1-18.
- Rachmawati, V. (2019). HUBUNGAN ANTARA HEDONIC SHOPPING VALUE, POSITIVE EMOTION, DAN PERILAKU IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN RITEL. *Download Garuda Kemendikbud*, 1-18.
- Riadi, M. (2020, mei 30). *eputusan pembelian pengertian dimensi jenis dan proses tahapan pembelian*. Retrieved from kajian pustaka.
- salma. (2021, juli 1). *Metode penelitian kualitatif*. Retrieved from penerbitdeepublish.
- Sapto haryoko, B. A. (2020). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF*. Badan Penerbit UNM.
- Sapto haryoko, B. A. (2020). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF*. Badan Penerbit UNM.
- Schiffman, L. G. (1994). *Consumer Behavior. Fifth Edition*. USA: Prentice-Hall, Inc.
- Semuel, H. (2006). Dampak Respon 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, 101-115.



- Suhari, Y. (2010). E-COMMERCE : MODEL PERILAKU KONSUMEN. *unisbank.ac.id*, 1-10.
- Suhartanto, D., & dkk. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarso, S. d. (2010). *Marketing In Practice, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Yogyakarta Graha Ilmu.
- Tinarbuko, S. (2006). *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Jogja*. Jakarta: Kompas.
- Verplanken, B. &. (2001). Individual Difference in Impulse buying.
- Whidya Utami, C. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wilkie, W. L. (1990). *Consumer Behavior. 2nd.Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

## LAMPIRAN 1