

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Andriani, J., & Dkk. (2019). Analisis Faktor-Faktor Store Atmosphere Terhadap Impluse Buying Pada The Waroeng Distrosi Di Tangerang. *Jurnal JEMI*, 37-46.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis*, 248-262.
- Assauri. (2018). *Manajemen pemasaran cetakan 16*. Jakarta: PT. RAJA Grafindo Persada.
- Buanyamin, & Dkk. (2021). Analysis Of Lifestyle, Price Discount, And Product Quality On Impulse Buying In Issue Clothing Store. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 213-220.
- Delco, S., & Hermani, A. (2021). The Effect Of Sales Promotion And Store Atmosphere On Impulse Buying In Tong Hien Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 157-167.
- Engel. (2008). *Consumer Behavior*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Evan, B. &. (2014). *Retail Management A Strategic Approach 12, Upper Sadler River: Pretice*. USA: Hall International.
- Faber, Y. &. (2009). *Impulse Buying I'ts Relation to Personality Traits and cues*. New York: IIMB Mnagement.
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Depublish.
- Ghazali, & Imam. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS.25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guiltinan. (2013). *Marketing Management : Strategies And Programs, 6Th Edition*. New York: McGroaw-Hill.
- Kotler , P., & Amstrong . (2016). *Perinsip-Perinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran : Suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: Depublish.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.

- Henrietta, P (2012). *Impulse Buying pada Dewasa Awal*. Yogyakarta: Shanata Dharma.
- Pratmaningsih, & Dkk. (2021). The Influence Of Lifestyle, Hedonic Motivation, And Sales Promotion On Impulse Buying. *Review Of International Geographical Education* , 705-713.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Mariatul, Q. (2015). Pengaruh Lonelies Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Mahasiswa Konsumen Online Shop. *Jurnal Manajemen*, 67-88.
- Rochaety E, T. R. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Royan. (2014). *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saputri. (2016). Hubungan Antara Fashion Involvement dan Impulse Buying Dengan Harga Diri (Self Esteem) Pada Remaja di SMAN 2 Samarinda. *Ejournal Psikologi Fisip Uhmul*, 249-259.
- Sekaran U, R. B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian. Ed ke-6*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen Cetakan 4 Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Silaen, S. (2018). Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis.
- Silaningsih, E., & Fahrosi, M. (2020). Strategi Store Atmosphere Pada Rumah Makan Soto Gogor Maamar Jakarta. *Jurnal Visionoida*, 41-51.
- Stemersch, S. &. (2020). Strategic Bundling Of Products And Prices. *Jurnal Of Marketing*, 55-72.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* . Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, S. (2021). Pengaruh Display Produk, Diskon Harga, dan Bundling Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara. *Repository STIE Indonesia*, 77-86.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Studi Pada Pengunjung Mall di Kota Malang. *Jurnal Of Businnes Administration*, 109-115.
- Sutisna. (2010). *Perilaku Konseumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya .
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Depublish.

- Ulfah, U. (2018). Pengaruh Lifestyle dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying. *Repository IAIN Purwokerto*, 304.
- W, Lamb. Charles. (2012). *Marketing Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- W, Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Wahyuni, A. R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen Roemah Coffe Loe Mien Toe Malang. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1-21.
- Weitz, L. (2014). *Retailing Management The Freditio*. Boston: McGraw-Hill.
- Wibowo. (2019). *Manajemen dari fungsi dasar ke inovasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yadav, & Manroe. (2013). *Determinants Of Consumers Green Purchase Behavior In a Developing Nation: Applying And Extending The Theory Of Planned Behavior*. New York: Ecological .