

DAFTAR PUSTAKA

- A.Taufiq Hidayatullah & Abdul Razaq, (2000),. *Berkreasi Dengan Photoshop* . Jakarta: PT. Elex Media komputindo.
- Anggriani, Dwita (2017). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Hedonic Shopping Motivation dan Impulse Buying.
- Agung, Gregorius. (2000). *Membuat Homepage Interaktif Dengan CGI/Perl*. Jakarta: PT. Elex Media Koputindo.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Anwar, Suroyo. (2009). *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Aqliyyah, Dewi (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif Dalam Belanja Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam.
- Azwar, Saifuddin. (1998). *Metode penelitian*. Yogyakarta. Pustaka pelajar.
- Basu, Swastha, & Irawan, (2001), *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha, Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFEE.
- Batt, P.J. (2004), *Incorporating measures of satisfaction, trust and power-dependence into an analysis of agribusiness supply chains, in Johnson, G.I. and P.J. Hofman (Eds), ACIAR Proceedings No. 119e - Agriproduct Supply-Chain Management In Developing Countries*, Canberra: ACIAR.
- Charles Lamb, W.et.al. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Erna Naeli Azizah(2019) Penelitian ini mempunyai judul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Informasi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Lain
Tulungagung

- Fandy, Tjiptono. (2001). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Fischer, H. (2011). *A History of the Central Limit Theorem, Sources and Studies in the History of Mathematics and Physical Sciences*. LLC: Springer Science Business Media.
- Ghozali, Imam. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukmanul dan Uus Musalini. (2004). *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Herabadi, A.G.; B. Verplanken; and A.V. Knippenberg (2001), *Consumption experience of impule buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic consideration*. Asian Journal of Social Psychology, Vol.12, pp. 20-31
- Hidayat, Eko Wahyu (2016). Pengaruh *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Impulse buying*.
- Junaedi, MF. Shellyana (2017) Pengaruh Sifat dan Kualitas *Website* Terhadap Pembelian Impulsif Online di Lazada
- Kharis, Ismu Fadli .(2011). *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, (1999), *Metodologi Penelitian dan Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Lukmandono, Rony Prabowo(2018) yang memiliki judul Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Impulse Buying Dengan Niche *Market* Sebagai Moderasi Pada Industri Jasa Pendidikan

- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J, (1993), *Consumer Behavior: Concepts and Application*, Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Olivia Margaret MF. Shellyana Junaedi. (2017). *Pengaruh Sifat dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Online di Lazada*.
- Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Pranakusuma Sudhana, Lukmandono, Rony Prabowo (2018) Penelitian ini mempunyai judul Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Pembelian Impulsif dengan Niche *Market* Sebagai Moderasi pada Industri Jasa Pendidikan
- Rook, Dennis W dan Fisher, Robert J. (1995). *Normative Influences on Impulsive Buying Behavior*. Oxford University Press, Vol.22, No.3
- Sheth, J.K & Mittal, Banwari. (2004), *Customer Behavior*. A manajerial
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suroso, Agus. (2015) Penelitian ini mempunyai judul Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Toko Online Pada Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Toko Online Nagisa Zappelin Di Jejaring Sosial Facebook)
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. (2009). *Consumer Behaviour in Fashion*, 2nd. Edition. USA: Prentice Hall
- Tjiptono,Fandy. (1997), *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wathani, Fikrah. (2009). *Perbedaan kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender*. Skripsi. USU Repository
- Yistiani, N.N.M., Yasa, N.N.K., dan I. Suasana. (2012). *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif*. Denpasar: Jurnal Management, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan.

Yuni Tri Puspita Sari dan Agus Suroso (2015) Penelitian ini mempunyai judul Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Toko Online Pada Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Toko Online Nagisa Zappelin Di Jejaring Sosial Faceboo