

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, Sakinah, & Edriana Pangestuti. 2019. *Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi (Survei pada followers @Exploremalang)*. Universitas Brawijaya Malang, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 72 No. 1.
- Anggraeni, Jenni, dkk. 2016. *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Di Butik Caassanova Semarang*. Universitas Pandanaran Semarang, Journal Of Management, Volume 2 No.2.
- Bahri, Syabbul. 2013. *Hukum Promosi dalam Perspektif Islam*, IAIN Surabaya, Jurnal Epesteme, Vol 8 No. 1.
- F, Karmela Lili, & Jujun Junaedi. 2009. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan*. Jurnal Equilibrium Vol.5 No. 9.
- Fauziyah, Astri Nurrohmah, & Farah Oktafani. 2018. *Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung)*. Bandung:Universitas Telkom Bandung, Vol VIII No. 1.
- Febriana, Fatma Citra. 2017. *Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Toko Kompar Ngronggo Kota Kediri*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI, Simki-Economic Vol. 01 No. 11.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*, Pasuruan:Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2005. *Apikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gunawan, Graciella Tansah, & Tony Sitinjak. 2018. *Pengaruh Keterlibatan Fashion dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja dan Pemuda DKI Jakarta)*. Jakarta:Instutut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 7 No. 2.

- Handika, Made Resta, dkk. 2018. *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*. Bali: Undiknas Graduate, Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 15, No. 2.
- Hasan, Iqbal. 2003. *Pokok-pokok Materi Statistik Edisi 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Indika, Deru R. 2017. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Bandung: Universitas Padjajaran, Jurnal Bisnis Terapan Vol. 01, No. 01.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Japarianto, Edwin, & Sugiono Sugiharto 2011. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 6 No. 1.
- Jauhari, Miftahul. 2017. *Pengaruh Promosi, Diskon, Merek, Store Atmosphere dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Kwan, Oky Gunawan. 2016. *Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 10, No. 1.
- Maftukhan, Muhammad, & Christina Menuk Sri H. 2017. *Shopping Lifestyle dan Store Environment Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Baju Cosmic di Surabaya*. Surabaya: Universitas PGRI Adi Buana: Jurnal Majalah Ekonomi Vol XXII No. 2.
- Mamuaya, Nova Christian. 2016. *The Effect of Situational Factors and Product on Consumer Buying Decision in Hypermarket at Manado City*. Universitas Negeri Manado Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 1.
- Nuraini, Alifah. 2014. *Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah BPD DIY*

- Syariah Yogyakarta). Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, Jurnal EKBISI, Vol. IX , No. 1.
- Pancaningrum, Erminati. 2017. *Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko:Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls*. STIE PGRI Jombang, JIEP-VOL. 17, No. 1.
- Pratomo, Dimas, & Liya Ermawati. 2019. *Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)*. Lampung: UIN Raden Intan, Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Vol 2 No. 2.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta:Mediakom.
- Pujiyono, Arif. 2006. *Teori Konsumsi Islami*, Jurnal Dinamika Pembangunan Vol 3 No.2.
- Pusporini. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pasien*. Jakarta:Fakultas Ekonomi UPN Veteran.
- Rahmah, Nur, & Munadi Idris. 2018. *Impulse Buying Behavior Dalam Perspektif Islam*. Kaloka: Universitas al-Mawaddah Warrahmah. Jurna Ekonomi Bisnis Syariah, 3(2).
- Ramadhan, Agung Fajar. 2016*Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus)*. STAIN Kudus, Jurnal BISNIS, Vol. 4, No. 2.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohman, Fathur. 2012. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impusif*. Malang: UB Press, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 7 No. 2.
- Rusan, Rusady. 2004. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Sari, Nilam Anggar, & Farida Indrawati. 2015. *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Pada “Butik Kanabini” Di Tanggerang*. Kutai Kartanegara:Universitas Kutai Kartanegara: JEMI Vol. 2 No. 2.

- Sarjono, Haryadi, & Winda Julianti. 2011. *SPSS vs LISRE: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiman, Fredy, & Rika Mandasari. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Santuary Di Surabaya*, Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Sukma, Erlangga Andi, Dkk. 2012. *Suasana Toko dalam Menciptakan Emosi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengunjung Retail Hypermart Malang Town Square Kota Malang)*. Malang:Universitas Brawijaya, Profit Volume 6 No. 1.
- Supardi. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta:UII Press.
- Supriono. 2018. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pengunjung Mall Di Kota Malang)*. Malang:Universitas brawijaya, Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1.
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Temaja, I Kim Wisnu, dkk, *Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store Di Kota Denpasar*. Universitas Udayana, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6.
- Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Rite Modern di Indonesia Edisi 2*. Jakarta:Salemba Empat.
- Utami, Christina Widya. 2006. *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta:Erlangga.
- Wakidah, Armin. *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 71 Cabang Kota Kediri*. Kediri:Universitas Nusantara PGRI Kediri, Simki.unpkediri.ac.id.