

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Faiz, Pengaruh Tingkat Keagamaan terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan, Skripsi yang dipublikasikan pada 2009, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Algifari. *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)*. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- _____. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2000.
- Anshori, Fuad dan Mucharam, Rachmy Diana. *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islami*, edisi revisi. Yogyakarta: Rajawali Pers, 2005.
- Aravik, Havis. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, edisi-1. Depok: Kencana, 2017.
<https://books.google.co.id/books?>
- Arif Hoetoro dan Muhammad Said Hannaf, “the relationship between religiosity, self interest, and impulse buying : an islamic perspective”, *Istishadia*, Vol. 12, No. 1, 2019, 51.
- Asnawi, Nur dan Fanani, Muhammad Asnan. *Pemasaran Syariah'ah: Teori, Filosofi dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- _____. *Strategic Marketing (Sustaining Lifetime Customer Value)* ed.1, cet. 2. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, Ed.1, Cet. 5. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.
- Atris Suyantohadi, *Membangun IKM Yogurt dari Soya* (Semarang: CV Oxy Consultant, 2018), 64. <https://books.google.co.id/books?id=wgnwdwaaqbaj&pg=pa64&dq=display+produk&hl=id&sa=x&ved=0ahukewir1qikwyvgahwipi8khzj4apkq6aeiotad#v=onepage&q=display%20produk&f=false>
- Badrus Sholeh Asmayana, “Perbedaan Kecenderungan Impulsive Buying, Diponegoro Journal Management, *Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013, 3*.
- Basri, M. Chatib, dkk, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

- Cannon, Joseph P., Perreault, William D., dkk. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*, terjemahan oleh Diana Angelica dan Ria Cahyani. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Dian Sari Annisa Rahmawati Syarif As'ad, *The Implementation Of Syariah Marketing In Improving The Quality Of Kpr Syariah Griya Ib Hasanah Product (A Study Case At Bni Syariah Cabang Yogyakarta)*, 2017.
- Dian Yudhiartika dan Jony Oktavian Haryanto, "Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli pada Produk Kecantikan Pond's", *Buletin Studi Ekonomi, Volume 17, No. 2, 2012: 145*.
- Eka Adiputra, "Perilaku Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*) Di Pusat Perbenjaan Modern di Surabaya", *An-Nisbah, Vol. 01, No. 02, April 2015, 162*.
- Firmansyah, Fani. "Personal Selling dalam Perspektif Islam, Iqtishoduna, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam". 2012. E-ISSN: 2614-3437.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Uneversitas Diponegoro, 2013.
- Ginting, F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, cet. 1. Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Hamdi, Muhamad. *Teori Kepribadian: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Handayani R, Sri Darwini, dkk, "Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram), *Jurnal Distribusi, Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*", *Vol. 6, No. 2 2018, 49*.
- Haris, Abd. *Pengantar Etika Islam*. Sidoarjo: Al-Afkar, 2007.
- Hausman, A. 2000. A Multi-Method Investigation Of Consumer Motivations In Impulse Buying Behavior. *Journal Of Consumer Marketing*. 17 (5): 403-19.
- Herdiana, Nana. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- <https://books.google.co.id/books?id=9cyqshfgg7kc&pg=pa177&dq=pengertian+promosi+penjualan&hl=id&sa=x&ved=0a>

- hukewidvdbun6hfahumbo8khfascreq6aeintad#v=onepage
&q=pengertian%20promosi%20penjualan&f=false.
<https://www.google.com/amp/s/prelo.co.id/blog/perkembangan-baju-gamis-di-indonesia/amp/diakses-pada-tanggal-18/12/2018-jam-12.37-wib>
- Huda, Nurul dan Hudori, Khamim, dkk. *Pemasaran Syari'ah: Teori dan Aplikasi*, ed.1. Depok: Kencana, 2017.
- Ina Melati, "Pengaruh Display Produk Pada Keputusan Pembelian Konsumen", *Inus Business Review*, Vol. 3 No. 2, (2012), 880.
- Indrawati. *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2017.
- Ismah Muthiah, Dian A.S Parawansa dkk. "The Effect Of Visual Merchandising, Product Display dan Store Atmosphere On Impulse Buying Behavior (Case Study On Matahari Department Store In Makassar City)", *Hasanuddin Journal Of Applied Business And Entrepreneurship*, Hjabo Vol. 1 No. 2, (2018), 93.
- Istighfaroturrahmaniyah. *Pendidikan Etika Konsep Jiwa dan Etika Prespektif Ibnu Maskawaih*. Malang: Aditya Media, 2010.
- Kadir Muslim A. *Ilmu Islam Terapan (Menggagas Paradigma Amali dalam Agama Islam)*. cet. 1. Jogja : STAIN Kudus kerjasama dengan Pustaka Pelajar, 2003.
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an & Terjemahannya*. Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012.
- Khoirunnasir. *Pengaruh Promosi Penjualan dan Respon Emosi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif: Studi Kasus Pada Carrefour Lebak Bulus-Jakarta Selatan*, Skripsi yang Dipublikasikan pada 2010, Universitas Islam Negeri, Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, ed-12, jilid.2. Penerbit Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Marketing Management Thirteenth Edition*. Terjemahan oleh Bob Sabran. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2008.

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. alih bahasa oleh Hendra Teguh. Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: AMP YKPN, 2001.
- Lina Fadliyah, *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Konsumen Jilbab di Pasar Johar Semarang*, Skripsi yang dipublikasikan, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015.
- Malau, Herman. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cet. 1. Kudus : Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*, ed. Zulfikar Bagus Pambuko. Magelang: UNIMMA PRESS, 2018. <https://books.google.co.id/books?>
- Mila Saraswati dan Ida Widaningsih, *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial: Geografi, Sejarah, Sosiologi, Ekonomi Untuk Kelas Viii Sekolah Menengah Pertama* (Penerbit Grafindo Media Pratama, 2008), 87. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=Xczvgedr380c&pg=PA87&dq=PENGERTIAN+PASAR&hl=id&sa=X&ved=0ahukewiq6q7nlkhfahwdro8kx2udscq6aeildab#v=onepage&q=PENGERTIAN%20PASAR&f=false>
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016.
- Paul, Peter J. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, ed.4 cet.1. terjemahan oleh Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla, diedit oleh Yati Sumiharti. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Prayitno, Duwi. *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Priyanto, Dwi. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom, 2010.
- Resi Mediawati, *Pengaruh Display Produk dan Personal Selling terhadap Impulse Buying pada Konsumen Jilbab di Pasar Kliwon Kudus*, Skripsi yang dipublikasikan, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, Kudus (2016).
- Rivai, Veithzal dan Usman, Antoni Nizar. *Islamic Economic and Finance : Bukan Alternatif, tetapi Solusi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- _____. *Salesmanship: Kepenjualan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Stanton, William J. *Fundamental of Marketing*, terjemahan oleh Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga, 1989.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- _____. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- _____. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- _____. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2003.
- Sumarwan, Ujang *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*, Cet 3. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service, 2014).
- Suryana, Yaya. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Susanto, A.B. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. ed 1. Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Utami, Cristina Widya. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Verplanken, B. dan Herabadi, A. 2001, *Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking*. European Journal Of Personality. 15, S71-S83.
- Zuhroh An-Nada, Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Label Halal pada Produk Makanan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim, Skripsi yang dipublikasikan pada 2018, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.