

DAFTAR PUSTAKA

- Adelaar, dkk. 2003. Effects of Media Formats on Emotions and Impulse. *Journal of Information Technologi*. Vol 18, Hal 247-266.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brassington dan Pettitt. 2001. *Essentials of Marketing*. Essex: Pearson Education Ltd.
- Emily, Chan. 2013. Emotional and Environmental Factors Influence Impulse Buying Tendency in The Multi-Channel Shopping Context in Hong Kong. *Journal of Marketing & Customer Strategy*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Goldsmith dan Lafferty. 2002. The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate and Endorser Credibility on Attitudes and Purchase Intention. *Journal of Marketing Theory and Prastice*.
- Heberlein dan Wisconsin. 1998. Environmental Attitudes. Hal 241-270.

- Hossain, dkk. 2014. Effect of Advertisement on Purchasing Energy Drink in Dhaka City of Bangladesh. *European Journal of Business and Management*. Vol 6, No 7.
- Jogiyanto. 2011. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Edisi III. Yogyakarta: Andi.
- Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler dan Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: PT Index.
- Mehrabian dan Rusell (1974) dalam Samuel. 2005. Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol 7, No 2, Hal 152-170.
- Niazi, dkk. 2011. Effective Advertising and Its Influence on Consumer Buying Behavior. *European Journal of Business and Management*. Vol 3, No 3.

- Peeter dan Olson. 2002. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Premananto, Gancar Candra. 2007. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Impuls Dengan Pendekatan Psikologi Lingkungan Dan Rantai Kausalitas. *Jurnal Antisipasi*. Vol. 10, No. 1, Hal. 172-184.
- Putra dan Sukawati. 2011. Peran *Emotional Response* Konsumen dalam Memediasi Pengaruh *Store Environment* Terhadap *Impulse Buying* (Survei Pembeli di *Carrefour* Kota Denpasar).
- Rifqi Nugroho. 2013. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order secara Online*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methode for Business New York*. John Willey & Sons Inc.
- Shojaee, dkk. 2014. Investigating the Types of E-Advertising Strategy and Its Influence on Consumer Buying Behavior. *Journal of Business and Management*. Vol 6, No 7.
- Stern, H. 1962. The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*. Vol 15, Hal 71-83.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Syaifuddin, Azwar. 2007. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Terence, A. Shimp. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Top Brand Award. 2015. *Top Brand Award Minuman Berenergi*. <http://www.topbrand-award.com>. Diakses tanggal 25 Mei 2015.
- Umar, Husein. 2005. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Umi, Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2015. *Produk Minuman Berenergi*. <http://www.minumanenergi.com>. Diakses tanggal 22 Mei 2015.