

DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, dkk. 2014. Penerapan *Visual Merchandising* Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Produk Wakai *Shoes Store* di Tunjungan Plaza Surabaya. Vol 2, No.1, Art Nouveau, 2014.
- Dewi, dkk. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Konsumen Butik 79 di Palembang Trade center Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XI*, No.2, 2014
- Gede Wira Kusuma, dkk. 2013. The Influence of Hedonic Shopping Motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable: (A Study on Consumers at the Hardy's Mall Singaraja, Buleleng Regency, Indonesia). *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.5, No.31, 2013
- Mowen, Jhon C. dan Minor, Michael. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5
- Maha Jamal dan Samreen Lohdi. 2015. Consumer Shopping Behaviour in Relation to Factors Influencing Impulse Buying: A Case of Superstores in Karachi, Pakistan. *European Journal of Business and Management* ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.7, No.31, 2015
- Mulyono. 2012. Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8, No.1: Hal. 88-105. 2012.
- Nugroho J. Setiadi, 2014. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi.
- Paul Peter, J. dan Olson, Jerry C., 2002. *Consumer Behavior* Edisi keempat.
- Schiffman, Leon, dan Kanuk, Leslie, Lazar. 2014. *Perilaku Konsumen* Edisi Ketujuh. PT Indeks. Jakarta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. ALFABETA : Bandung.
- Tampi. 2014. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Negara Indonesia, TBK (Regional Sales Manado). *Journal "Acta Diurna"*, vol 3, No.4, 2014.

www.marketing.co.id