

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji Supriyanto. 2005. "Pengantar Teknologi Informasi". Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta,.
- Amanah, Dita. Pelawi, S, Stephani. 2015. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair*. Jurnal Manajemen.
- Agus, I Komang Hari Chandra, Ni Made Purnami. 2014. *Pengaruh Jenis Kelamin, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online*. Jurnal Manajemen.
- Arnold, J. Mark, Reynolds, E. Kristy. 2004. Hedonic Shopping Motivation. *Journal Of Retailing*. Volume 79 : 77-95.
- Basu Swastha dan Irawan, 2010, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Basri, Hasan, A'mirah, Nur, dkk, 2016. *Pengaruh Komunikasi Word-of-Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Kelas Atas Melayu di Lembah Klang, Malaysia. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara atribut WOM terhadap keputusan pembelian di restoran kelas atas Melayu di Lembah Klang*.
- Cummins, Julian, Mullin, dan Roddy. 2004. *Sales Promotion*. Jakarta: PT.Ikrar Mandiri Abadi.
- Dewi Priyatno, 2008, *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*, Yogyakarta: MediaKom
- Dian Sukma Andriyanto, Imam Suyadi dan Dahlan. 2016. *Pengaruh Fashion Involvement dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying (Survei pada Warga Kelurahan Tulusrejo Keca. Lowokwaru Kota Malang)*. Jurnal. Malang. Universitas Brawijaya Malang.
- Djaslim Saladin, 2000. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, Ringkasan Praktis Teori dan Tanya Jawab*, Linda Karya Bandung.

- Engel, James F. Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard, 2006, *Perilaku Konsumen*, (Alih Bahasa Bidi Janto), Jilid II, Edisi Keenam, Binarupa Aksara, Jakrta Barat.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Hawkins, Best, Coney, 2004, *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy International Edition*, Mc Graw Hill Companies, Inc
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan buku 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kussujaniatun, Sri. 2006. *Efek Komunikasi Dari Mulut Kemulut Terhadap Sikap Dan Niat Membeli Produk Prosesor Amd Athlon Di Yogyakarta (Survey Pada Mahasiswa Di Yogyakarta)*. Economics, Business, Management and Accounting Journal, Th, III No. 6. Published by Faculty of Economic Muhammadiyah University of Surabaya ISSN 1693-9352.sr
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga
- \_\_\_\_\_. 1998. *Principles Marketing*. Seven Edition. Prentice Hall, Inc., New Jersey, Dialihbahasakan oleh Sindoro Alexander, 1998, *Dasar-dasar Pemasaran*, Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Laudon, J., dan Laudon, K. C. 1998. *Essential of Management Information System*. New Jersey: Prentice Hall
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Mursid, M. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mowen, John. C. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga

- Rook, Dennis W dan Fisher, Robert J. 1995. “*Normative Influences on Impulsive Buying Behavior*”. Oxford University Press, Vol.22, No.3.
- Rossen, Emanuel. 2000. *The anatomy of buzz : how to create word of mouth*. New York : Doubleday, Random House.inc.
- Samhadi, S. H. (2006). *Dalam Cengkeraman Konsumtivisme*. Jakarta: Kompas.
- Sumardi dan Silvana, Marlin dan Melone, Melina. 2011. *Rest In Peach Advertising 1729-2010 A Mind And Soul Deciever Lie Teller And Exagetaion Expert Killed By The Power Of Word Of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Soesono, Bong. 2011. *Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Hypermart Di Jakarta*. Ultima Management. Volume 3 Nomor 1, Juni 2011. Universitas Multimedia Nusantara, Jawa Barat.
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, Fandy.2008.*Strategi Pemasaran*. Edisi Ke Tiga. Yogyakarta: Andi.
- Taufiqurrohman, Feisal. Retnowati, Nova. Negoro, Kusuma Bramastyo. 2017. *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian tidak Terencana Pada Mini Market GreenSmart di Kota Baru Driyorejo-Gresik*. Jurnal Manajemen.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang.
- Wisnalmawati. 2017. *Teori Pembelian Tidak Terencana*. MK Press, Bumi Mandiri Lt.5 R 505 Jalan Basuki Rahmat 129-137. Surabaya.
- [www.apji.or.id/survei](http://www.apji.or.id/survei) (diakses 7 April 2019)
- topbrand-award.com (diakses 7 April 2019)

[www.Yogyakarta.bps.go.id](http://www.Yogyakarta.bps.go.id) (diakses 27 Juni 2019)