

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2011.
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, BPFE Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009.
- Denny Kurniawan dan Yohanes Sondang, Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2, 2013.
- Departemen Agama RI, *Alquran Terjemah Indonesia*, Sari Agung, Jakarta, 2005.
- Devi Kurniawati dan Sri Restuti, Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Shopping Emotion* Dan *Impulse Buying* pada Giant Pekanbaru, *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. VI No. 3 September 2014.
- Dian Tauriana dan Ika Fietrin, Pengaruh Penempatan Produk di Kasir dan *Sales Person* Terhadap *Impulse Buying*, *Journal The WINNERS*, Vol. 12 No. 1, Maret 2011.
- Divianto, Pengaruh Faktor-Faktor *In-Store Promotion* Terhadap *Impulse Buying Decision* Pada Konsumen Hypermart PIM, *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, Vol. 3 No. 1, Jan 2013.
- Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010.
- Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001.
- Indra Wahyu Rahmawan, dkk, Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Pengunjung Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang), *Jurnal Administrasi bisnis (JAB)*, Vol. 6 No. 2 Desember 2013.

- Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2002.
- Ismu Fadli Kharis, Studi Mengenai *Impulse Buying* Dalam Penjualan Online (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang), *Jurnal Diponegoro*, Semarang, 2013.
- Kementerian Agama RI, *Al-Quran & Terjemahannya*, PT. Sinergi Pustaka Indonesia, Jakarta, 2012.
- Lina Fadliyah, Faktor – Faktor yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Konsumen Jilbab di Pasar Johar Semarang, *Skripsi yang dipublikasikan*, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015.
- Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014.
- Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, UPP AMP YKPN Yogyakarta, 2002.
- Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013.
- Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Hendra Teguh, PT. INDEKS, Jakarta, 2004.
- Raeni Dwi Santy, dkk, *Display Toko, Gaya Hidup dan Pembelian Impulsif* (Penelitian Pada Konsumen Surf Inc Bandung), *Majalah Ilmiah UNIKOM*, Vol.11 No. 1, 2012.
- Ria Arifianti, Analisis *Impulse Buying* Pada Hypermarket Kota Bandung, Skripsi yang dipublikasikan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran, 2014.
- Ruslan Abdul Ghofur, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2013.
- Soeseno Bong, Pengaruh *In-Store Stimuli* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Konsumen Hypermarket Di Jakarta, *Ultima Management* Vol. 3 No. 1/2011.
- Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Salemba Empat, Jakarta, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2012, Cet. Ke 15.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010.

Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012.

Vika Ary Ratnasari, dkk, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Hedonic Shopping Value* Dan *Impulse Buying* (Survei Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 1 No. 1 Januari 2015.

