

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A, 2010, *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa; Aris Ananda. Edisi Revisi, Mitra Utama, Jakarta.
- Aaker, David. A, 2010, *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa; Aris Ananda. Edisi Revisi, Mitra Utama, Jakarta
- Adiwarman, A Karim, 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alfredo R.Y.Tawarik ., S.L, Mandey., H.N. Tawas. 2014. *Merek Dan Fashion Involvement Pengaruhnya Terhadap Perilaku Implusif Buying pada Konsumen*. Jurnal EMBA Vol.2 No.2
- Ali Hasan, Muhammad. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Fiqih Muamalah Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ali, Muhammad. 2004. *Strategi Pendidikan Penelitian*. Bandung: Angkasa.
- Anggraeni, Jeni. 2016. Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap DAP Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang, *Journal of Management*, II (2) 544-564.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dan Teori ke Praktik*. Gema Insansi Press. Jakarta.
- Asep ST. Sujana. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Azizah, Naeli. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Informasi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Secara Online*.
- Basu Swastha, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Bayley, G. and Nancarrow, C. 1998. Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon, *Qualitative Market Research: An International Journal* Volume 1 Number 2, pp. 99-114

- Benson, Robert J., Thomas L. Bugnitz and William B. Walton. 2007. *From Business Strategy to IT Action. Right Decisions for a Bottom Line.* New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Buchari Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.
- Djaslim, Saladin. 2007, *Manajemen Pemasaran*. Bandung. P.T Linda Karya.
- Fatma Citra Febriana “*pengaruh suasana toko, keberagaman produk dan harga terhadap impulse buying pada toko Kompas Ngoro kota Kediri*”. Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jurnal.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 7* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, Jr et.al. 2010. *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson.
- Haroen, Nasrun, 2007, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Patama.
- Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, Jakarta, PT. Raja Grafindi Persada 2010.
- Hirschman.E.C. dan Stern, B.B.2001. *The Roles of Emotion in Customer Reaserch*. *Advance in Customer Reaserch*,4-11
- Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Persada
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on customer impulsive buying behaviour. *Journal of Consumer psychology*. 12(2), 163-176.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Miza.
- Kotler, Philip and Gery Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Airlangga : Jakarta.

- Kotler, Philip, 2007a. *Manajemen Pemasaran Alih Bahasa Oleh Hendra Teguh*. Rony. A Rusli, Benyamin Molan. Jilid 1. Jakarta: PT.Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Miftahul Jauhari, *pengaruh promosi, diskon, merek, store atmosfer, dan shopping emotion terhadap impulse buying dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta*, tahun 2017.
- Mowen dan Minor, 2012, *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi. Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta
- Mulyani, Yuliana, 2009. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Swalayan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi kasis pada swalayan Luwes di Purwodadi”. *Excellent*, Vol.1, No.2.
- Nur, Ilfi Diana, 2008. *Hadis-Hadis Ekonom i*. Malang:UIN-Malang Press.
- Peter, J. P., & Olson, J. C.2008. *Consumer behavior and marketing strategy* (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Raharjani, J. 2009, *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol.2 No.1.
- Roscoe 1975, Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Santoso, Singgih 2012. *Statistik Parametik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behaviour*, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behaviour*, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sinaga, I, Suharyono, dan Srikandi, K. (2012). *Sti-mulus Store Environtment dalam Menciptakan Emotion Responden Pegaruhnya Terhadap Impulse Buying. Administrasi Bisnis*. 1(2).

Sugiyoni, 2015. *Metode Penelitian Kombinnasi (Mix Methdos)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi : Yogyakarta.

Yistiani, Ni Nyoman Manik, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I.G.A Ketut Gede Suasana. 2012. Pengaruh Atmoser Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonnik dan Pembelian Implusif PelnagganMatahari Departemen Store Duta Plaza Di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, danKewirausahaan* Vol. 6 (2) : hlm, 139-148.

WEBSITE

Website Resmi Toko Miniso. www.Miniso.com Di Akses pada tanggal 19 Juni 2019.