

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches. 2nd Edition*. New York: Sage Publications.
- Krisyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler, J. W. (2003). *Marketing Insight A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs To Know*. Wiley
- Philip Kotler, J. W. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku*. Depok: LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi (edisi revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integreted Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sciffman, Leon G, Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Consumer Behavior* Edisi ketujuh. Jakarta: PT Index
- Sobur, Alex (2011) *Psikologi Umum*, Bandung: Pustaka Setia
- Solomon. Michael. R. (2015). *Consumer Behavior, Buying, Having, and Being*.Eleventh Edition. England: Person Globab Edition
- Sulaksana, Uyung. (2007). *Integreted Marketing Communication*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sutrisno, Kusmawan Ruswandi (2007) *Modul Menata Produk*, Sukabumi: Ghalia Indonesia
- Widya Utami, Christina (2010). *Stategi Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Index

Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2007). *Essentials of Marketing Research*. Thomson/South-Western.

Williams, Lesley, Eva Zhoriva Yusuf. (2007). *Manajemen Pemasaran, Studi Kasus Indonesia*. Jakarta : PPM.

Jurnal :

Arifianti, Ria. 2013. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* pada Hypermart di Kota Bandung. Bandung: Universitas Padjajaran.

Basith, Abdul. 2015. Pengaruh *In-Store Stimuli* Terhadap Pembelian Impulsif pada *Mor Store* Jalan Sunda Bandung. Bandung: Universitas Telkom

Bayley, Geoff 2016. *Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon*. Netherlands: University of Nijmegen.

Coley, Amanda Leigh. 1999. *Affective and Cognitive Processes Involved in Impulse buying*. Georgia: University of Georgia

Hausman, Angela. 2000. *A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior*. West Virginia-USA: Marshall University.

Herabadi, Astrid G. 2009. *Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations*. Netherlands: University of Nijmegen

Kurniawan, Deni. 2013. Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Emotion* Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Nayebzadeh, Shahnaz. 2014. *Investigating Iranian female Muslim consumer impulse buying behaviour used as a form of retail therapy*-*Journal of Islamic Marketing*. Iran: Islamic Azad University.

Purnami, Ni Made. 2014. Pengaruh Lingkungan Toko dan Faktor Situasional Terhadap Prilaku Pembelian Tak Terencana Pada Matahari *Department Store* Denpasar. Bali: Universitas Udayana.

Tryastiti, Ida Ayu. 2016. Pengaruh Motivasi Hedonis dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remja Putri di Denpasar. Bali: Universitas Udayana.

Wulan Gitaningmamba, Adhyta. 2013. Pengaruh Promosi Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus pada Toko Lois Jeans Kota Kasablanka Periode Januari-Maret). Jakarta: Universitas Binus.

Wutari Nia, 2011. Peran kepuasan kognitif, kepuasan emosional, dan Kepercayaan merek dalam membangun Loyalitas Merek (telaah literatur) Denpasar. Bali: Universitas Udayana.

Website:

Kartajaya, H. 26 Juni 2013. Impulsive Buying: What, Why, How. SWA:<http://swa.co.id/> Diakses 24 Oktober 2017

Arhando, Pramadia. 2016. Pada 2020 Indonesia Akan Jadi Pusat Mode “Fashion” Hijab Dunia. <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/15/163000626/pada.2020.indonesia.akan.jadi.pusat.mode.fashion.hijab.dunia>. Diakses pada 11 Oktober 2017.

Bramantoro, Tony. 2013. Thamrin Sediakan Zona Khusus Penjualan Jilbab. (<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2013/10/10/thamrin-city-sediakan-zona-khusus-penjualan-hijab>). Diakses pada 11 Oktober 2017.

Freycinetia, Feni. 2014. Pengguna Hijab Meningkat, Produsen Kerudung Raih Untung Besar. <http://entrepreneur.bisnis.com/read/20140724/263/245799/pengguna-hijab-meningkat-produsen-kerudung-raih-untung-besar>. Diakses pada 5 Oktober 2017.

<https://kbbi.web.id/jilbab>. Diakses pada 03 Oktober 2017.

<https://www.scribd.com/doc/149548027/Pengertian-Objek-penelitian> diakses pada 21 November 2017

<https://pengampunanpajak.com/2016/09/07/thamrin-city-dukung-sosialisasi-program-tax-amnesty/> diakses pada 2 Februari 2018

Thamrincity.co .id diakses pada 30 Januari 2018