

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Adnan. 2018 "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian
- Amstrong, Kotler (2016) Marketing An Introduction, Edisi 13, USA: Perason Education
- Aparianto, E dan S. Sugiharto. 2011. Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, April 2011, Vol. 6, NO. 1, pp. 32- 41.
- Artika, T. & Nelwan,O.2018. Pengaruh strategi pemasaran kualitas
- Augusty Ferdinand, 2011, Metode Penelitian Manajemen, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Dholakia, U.M. (2000) Temptation and Resistance: An Integrated Model of Consumption Impulse Formation and Enactment. *Psychology & Marketing*, 17, 955-982.
- Dittmar, H. and Drury, J. (2000) Self-Imagine—Is It in the Bag? A Qualitative Comparison between “Ordinary” and “Excessive” Consumers. *Journal of Economic Psychology*, 21, 109-142.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra (2006), Manajemen Pelayanan Jasa, Yogyakarta: Andi Offset.
- Fuzi Fauziyyah, 2018 Pengaruh Komunikasi Interpersonal yang Efektif terhadap Komitmen Organisasi: Studi Pada Biro Humas dan Protokol Sekretariat Daerah di Provinsi Jawa Barat
- Ghozali,Imam.2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goleman, Daniel. 2009. Kecerdasan Emosional : Mengapa EI lebih penting daripada IQ. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- I Budiarti. 2016. Pengaruh Kepemimpinan Dan Kemampuan Karyawan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distributor Susu CV. Umskeybandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*. VOL 6 NO 2.
- Imbayani, I Gusti Ayu, and Ni Nyoman Ari Novarini. 2018. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior.” *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(2): 199–210.

- Indra Kharis, 2015, Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening (Studi pada Karyawan Bank Jatim Cabang Malang)
- Japariato, dan Sugiharto. 2017. “ *Shopping Lifestyle* memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulse Buying.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 151 – 207.
- Levy, M and Weitz, B.A. 2009. *Retailing Manajemen*. 7Ed. New York: Mc Graw Hill.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service marketing, people, technology, strategy* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall. pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Capital Indonesia TBK cabang wisma kodel. *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol 27 . No 1.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munthe, Ibnu Rasyid dan Sudi Suryadi. (2018).
- Prasetya (2016) *Upaya Meningkatkan Pengenalan Bentuk Geometri Dengan Metode Demonstrasi* (Skripsi Sarjana, FKIP)
- Rahmasari, Lisda. 2017. Pengaruh Jarak Tempuh Melaut, Lama Bekerja Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Nelayan. *Jurnal Saintek Maritim*. Vol. XVI, No. 2, Maret 2017, hlm. 163-174
- Rossiter, John R. dan Larry Percy, (1997). *Advertising Communications and Promotion Management*. McGraw Hill, Singapore.
- Shanti, Nurhayati (2018). *Perilaku Konsumen*. Program Pascasarjana UMP, 2022
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe." *Jurnal Visioner & Strategis* 7.2 (2018)
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2016). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking. *uropean Journal of Personality*, 15, S71-S83.
- Wijaya, Chandra Ferdinand dan Hamfri Djajadikerta (2017). “Pengaruh Risiko Sistematis, Leverage dan Likuiditas Terhadap Return Saham LQ 45 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, *Ultima Management*, 9, (2), 62 – 76.
- Zayusman, F., & Septrizola, W. 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Value dan *Shopping Lifestyle* terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* Volume 01 Nomor 01 tahun 2019. ISSN: Online 2655-6499.