

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nida dan Helmi, Arief. 2017. *The Influence of Product Perceived Quality and Group Reference Toward The Intention Formation moderated by Consumer Ethnocentrism*. Universitas Padjajaran. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan, Vol.13 No.3.**
- Agustin, Melita Yesi. 2016. *Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario*. **Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 16 No. 3.**
- Amelia, Purbolaksono, dkk. 2017. Analisis Peta Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. Jakarta Pusat. *The Indonesia Insitute Center For Public Policy Research.*
- Basu, Swastha, Heni handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analsisi Perilaku Konsumen*. Yogyakarta; BPFE.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multiviriante dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- In'am, M. Fatkhul, Suharyono, dkk. 2016. Analisis Faktor-faktot yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif (Suvei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian Impulsif di Distro 3second Cabang *Mall Olympic Garden* Malang). Universitas Brawijaya. **Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.36 No. 1.**
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid 2. Alih Bahasa Erlangga. Jakarta.
- Kumar, Sunita. 2013. *Childern Influence in The Process of Family Purchase Decision For High, Low and Child-Centric Product*. Christ Unniversity, Bangalore. India. **International Refereed Research Journal, Vol.4 No. 3.**
- Mowen, John C, dan Minor Michael. 2014. *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Peter J Paul, dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo, Wahyu, Yilianto Edy, dkk. 2016. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Hedonic Shopping Value* dan *Impulsive Buying* (Survei pada Konsumen Matahari *Departement Store* Malang *Town Square*). Universitas Brawijaya. **Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 39 No. 2.**
- Sari, Dwi Ayu Taman, dan Suryani Alif. 2014. Pengaruh *Merchandising*, Promosi dan Atmosfir Toko terhadap *Impulsive Buying*. Universitas Udayana Bali. , **E-jurnal Manajemen Universitas Udaya, Vol. 3 No. 4.**

- Selva, Josefa Parreno, Ruiz, Francisco J Mas. et. all. 2017. *The Effects of Price Promotion on Relative Virtue and Vice Food Products. Internatonal Food and Argibusiness Managemen Review*. Vol. 20.
- Siddiqui, Karman dan Ahmed, Rukhsar. 2013. *Impulse Buying Behavior Among Young Children. Preston University. Asian Journal Of Research In Marketing, Vol. 2.*
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni,V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta : Pustakabarupres.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Edisi ke dua*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tan, Erwin Rediono. 2011. *Pengaruh Faktor Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen untuk Belanja di Alfamart Surabaya*. Universitas Widya Kartika Surabaya. **Jurnal Kewirausahaan, Vol. 5 No. 2.**
- Tawas, Sindy. 2013. *Atribut Produk, Harga dan Strategi Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil Toyota Vios di PT Hasjrat Abadi Manado*. Universitas Sam Ratulabgi. Manado. **Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, Vol. 1 No. 4.**
- Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jursuan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. **Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, Vol. 1 No. 4.**
- Weynata, Jessica. 2014. *Kontribusi Atribut Produk, Kelompok Referensi, dan Promosi Terhadap Influence Power Anak Kepada Orang Tua*. Universitas Trisakti. **Jurnal Manajemen dan Pemasaran, Vol.7 No. 1.**
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka Setia.