

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Herry Buchori, dan Djaslim, Saladin. 2013. *Manajemen Pemasaran, Linda Karya*, Bandung.
- Agusta, Rifki Arga. 2013. *Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen The House of Raminten Yogyakarta)*
- Aini Q N, Suharyono, Kadarisman H. 2016. *Pengaruh Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Shopping Emotion Dan Pembelian Tidak Terencana Survei Terhadap Konsumen Indomaret Di Kota Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol: 37 (1).
- Anin, F.A., Rasimin BS., & Atamimi N. tt. *Hubungan Self-Monitoring dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja*, *Jurnal Psikologi*. Vol 35. No 2. Hal 181-193.
- Aris Jatmika Diyatma, 2017, *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro*, e *Proceeding of Management Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom*. 4 (1) 1-14
- Akram, Umair, dkk., 2016, *Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables*, *International Journal Science and Technology*, Vol. 9, No. 7.
- Attiq, S., & Azam, R. I. (2015). *Materialism Derives : An Analysis of Direct and Indirect Impact of Materialistic Attitude in the Development of Compulsive Buying Behavior* *Materialism Derives : An Analysis of Direct and Indirect*. *Pakistan Journal of Social Sciences*, 34(2), 663–682.
- Bagus jambe & Wulandari. 2018. *Pengaruh Atmosfer Ritel Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 7, Hal 3944-3973
- Berman dan Evans, 2018. *Retail Management 12th Edition*. Pearson. Jakarta.
- Bilson, Simamora. 2018. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Bramantyo W. P. & Supriono. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying (Studi Pada "Supermarket Giant" Dinoyo Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 50 No. 1 hal 178-183
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.

- Christina Widhya Utami. 2017. *Manajemen Ritel*. Salemba Empat. Jakarta
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. 2013. Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 91(1), 41–61.
- Dessy Balik Fenri dan Abraham Stevi Tupamahu. 2020. Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*. Vol 1, No. 2
- Djaslim Saladin, 2015, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung
- Djudiyah, & Sumantri, S. 2015. Religiositas sebagai kendali nilai materialistik dan berbelanja pada mahasiswa. *Seminar Psikologi dan Kemanusiaan*.
- Ghozali, Imam. 2016. *SPSS SEM AMOS 23: Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program AMOS*. Semarang: Penerbit UNDIP.
- Hawkins et al. 2017. *Consumer Behavior*. Mc Graw Hill. New York
- I Made S.P & I Wayan S. 2018. Pengaruh Gender, Daya Tarik Promosi, Kepemilikan Kartu Kredit Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online Produk Lifestyle. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 10, hal 5570-5598.
- Iqbal, N., & Aslam, N. (2016). Materialism, Depression, And Compulsive Buying Among University Students. *The International Journal of Indian Psychology*.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta. BPFE.
- Jauhari, M. 2017. Pengaruh Promosi, Diskon, Merek, Store Atmosphere, dan Shopping Emotion terhadap Impulse Buying di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal*. Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta (UPY).
- Jambe dan Wulandari. 2018. Pengaruh atmosfer ritel dan promosi terhadap impulse buying yang dimediasi emosi positif. *E-Jurnal Manajemen Unud*. ISSN : 2302-8912. Vol. 7, No. 7, hal: 3944-3973
- Joung, H. M. (2013). Materialism And Clothing Post-Purchase Behaviors. *Journal of Consumer Marketing*
- Karampour, A. 2017. The Impact of Behavioral Factors on Propensity Toward Indebtedness. 3(3), 145–152

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Kurniawan, D., dan Kunto, Y.S. 2013. Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotional Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurna Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (2), 1-8.
- L.S.Viona., S.L.H.V.J. Lopian., R.J.Jorie. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Pembelian Secara Impulsif Pada Toko Buku Gramedia (PT. Gramedia Asri Media) Di Manado. *Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Hal. 1628 – 1637*
- Levy, M., & Weitz, B. A. 2014. *Retailing Management Information Center*. McGraw Hill Higher Education. New York
- Lipovčan, L. K., Prizmić-Larsen, Z., & Brkljačić, T. 2015. *Materialism, Affective States, And Life Satisfaction: Case Of Croatia*. SpringerPlus.
- Madjukie, R. 2018. Pengaruh Promosi dan Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Zalora di Jakarta' *JM*, Vol.11, no.2.
- Mehta, Neha P, dkk. 2016. The Impact of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior of Consumer: A Case from Central Mall of Ahmedabad India. *Universal Journal of Management*. Vol. 1. No.2. Hal. 76-82.
- Naomi, P., dan dan Mayasari, I., 2016. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Siswa SMA dalam Perilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No. 2.
- Ni Putu K, Ni Made P. 2019. Peran Shopping Emotion Dalam Memediasi Pengaruh Atmosfer Ritel Dan Promosi Terhadap Impulse Buying. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 6, hal 3873-3901
- Ompi, A, P., Sepang , Jantje, L., & Wenas, Rudy, S. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Pembelian Impulsif Produk Fashion Di Outlet Cardinal Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Regina & Sukaatmadja. 2017. Pengaruh Sifat Materialisme Dan Kecanduan Internet Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Unud*. hal 751-769
- Rini Anggriani, dkk.2021. Pengaruh Sifat Materialisme terhadap Perilaku Impulsive Buying dan Kecenderungan Compulsive Buying Pada Remaja di Kota Mataram.*Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 3 No. 1

- Ruswanti, E. 2015. Analysis Of Materialism, Fashion Clothing, And Recreational Shopper Identity. *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2014. *Consumer Behavior 10th Edition*. In Pearson Education.
- Singh, R., & Nayak, J. K. 2015. Life Stressors And Compulsive Buying Behaviour Among Adolescents In India. *South Asian Journal of Global Business Research*.
- Solomon, Michael. R. 2017. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11 Edition: Prentice-Hall. New Jersey
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tupamahu, F., & Balik, D. 2020. Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *PUBLIC POLICY : Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 1(2), 115-136.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali. Jakarta.
- Verhagen, T., & Dolen, V. W. 2016 . The Influence of online Store Beliefs on Consumers Online Impulse Buying: A Model and Empirical Application, *Journal Information & Management*, Vol. 48, pp. 320-327.
- Widiana, Muslichah Erma. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Winatha, R. G., dan Sukaatmadja, I.P.G. 2016. Pengaruh Sifat Materialisme Dan Kecanduan Internet Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali*, 751-769.
- \_\_\_\_\_, 2021, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.