

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Cahyorini, A. & Rusfian, E.Z. (2011), The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying, *Journal of Administrative Science & Organization*, Vol. 18 No. 1, hlm. 11-21.
- Dharmmesta, B.S, Prof. Dr. M.B.A & Handoko, T.H, Dr. M.B.A., (2008), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Dokumen Heritage *Factory Outlet Bandung. Visi, Misi dan Struktur Organisasi Tahun 2015*.
- Ghozali, I. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi*. Undip: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi, S. & Winda, J. (2011), *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- http://heritagefactoryoutlet.com/index.php?route=information/information&information_id=4, diunduh pada tanggal 28 Januari 2015.
- <http://www.antaraneews.com/berita/264056/nielsen-pembelanjaan-makin-impulsif>, diunduh pada tanggal 28 Januari 2015.

<https://www.facebook.com/messages/search/kadin.kota.bandung?query=kad>,
diunduh pada tanggal 28 Januari 2015.

Husein, Umar. (2005), *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Japarianto, E. & Sugiharto, S. (2011), Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involment Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.6 No.1.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2009), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P & Amstrong, G. (2012), *Principles of Marketing*. Prentice-Hall International, Inc: New Jersey.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2009), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Kevin L. K. (2006), *Marketing Management*, Pearson Education Inc.

Mashuri & M. Zainudin. (2008), *Metode Penelitian*. Bandung: Replika Aditama.

Minor, J.C & Mowen M. (2010), *Perilaku Konsumen* Edisi 1. Jakarta: Erlangga.

Pedoman Penyusunan dan Penulisan Skripsi STIE Ekuitas, Tahun Akademik 2014/2015.

Peter, P.J. & Olson, C.J. (2013), *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

Premananto, G.C. (2007), Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Impuls Dengan Pendekatan Psikologi Lingkungan dan Rantai Kausalitas, *Jurnal Antisipasi*, Vol. 10 No.1, hlm. 172-184.

- Priyatno, D. (2012), *Cara Kiat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, C.V Andi Offset.
- Rajak A.A.A. (2013), *Pengaruh Interior Display Terhadap Pembelian Impulsif Studi Kasus Pada Ramayana Departement Store Bandung*.
- Ranny, S. (2015), *Jumlah Pengunjung*. Wawancara pada tanggal 3 Maret 2015.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, L.L. (2008), *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. PT Indeks. Jakarta.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, L.L. (2010), *Consumer Behavior 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Shahid, B. Muhammad, Z. dkk. (2013), Impact of Cultural Values and Life Style on Impulse Buying Behavior: A case study of Pakistan, *International Review of Management and Business Research*, Vol. 2 Issue. 1.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2009), *Statistik Untuk Penelitian*, Cetakan Kesepuluh, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2010), *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitati R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2012), *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011), *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. Drs., SH., SE., MM. (2012), *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Caps Yogyakarta.

- Supriadi, Andri. (2011), *Pengaruh Fashion Involvement dan In-store Shopping Environment Terhadap Pembelian Impulsif*.
- Susanti, Dwi. (2011), Gaya Hidup Pengguna Telepon Seluler Blacberry. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1 No. 2, hlm. 40-43.
- Sopiah & Syihabuddin. (2008), *Manajemen Bisnis Ritel, Edisi Satu*, Penerbit C.V Andi Offset.
- Taurina, D. & Fietrin, I. (2012), Pengaruh Penempatan Buku di Kasir dan Sales Person Terhadap Impulse Buying, *Journal The Winner*, Vol. 12 No. 1, hlm. 61-70.
- Tirmizi, dkk. (2009), Planned versus impulse purchase behaviour, *Journal of Retailing*, Vol. 62 No.4.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012), *Pemasaran Strategik*, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Utami, C.W. (2010), *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Uyanto, S.S. (2009), *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS Edisi-3*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widawati, L. (2011), Analisis Perilaku Impulse Buying dan Locus of Control pada Konsumen di Carefour Bandung. *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, Vol. 27 No.2, hlm. 125-132.
- Zahra, S.R. (2015), *Jumlah Order Pembelian*. Wawancara pada tanggal 29 Januari 2015.