

DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo R.Y.Tawarik ., S.L. Mandey., H.N. Tawas. (2014). *Merek Dan Fashion Involvement Pengaruhnya terhadap Perilaku Impulse Buying pada Konsumen*. Jurnal EMBA Vol.2 No.2
- Apria Sari , A. Widad, & Aslamia Rosa. (2015). *Pengaruh Sales Promotion, Personal Selling, Dan Visual Merchandising Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Psx Palembang*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XII No 1
- Bahrudin dan Zuhro. (2015). *Pengeruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam. Vol. 3, No. 1.
- Devi Yanthi dan Edwin Japarianto. (2014). *Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Tendency Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervaning Pada Area Ladies Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 2
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima.)*. Semarang ; Universitas Diponegoro
- Hendro Yulianto Eko., Yulianto Edy., Wilopo. (2013). *Pengaruh retail marketing mix terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada pusat perbelanjaan. (Survei Pada Konsumen Matahari Department Store Cabang Matos)*. Jurnal Administrasi Bisnis,
- Heriyati dan Septi. (2012). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian*. 4(2), 171-205
- Iqbal, Azmiya et al. (2011). *Visual Merchandising and Customer Appeal*. Bahrain: Birla Institute of Technology.
- Kenanga, Diah Dwirani Herukalpiko. Apriatni Endang Prihatini dan Widayanto. (2013). *Pengaruh kebijakan harga, atmosfer toko dan pelayanan toko terhadap perilaku impulse buying konsumen robinson department store Semarang*. Journal of Social and Politic of Science.
- Kotler & Armstrong. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* . Alih Bahasa : Bob Sabran,MM ;Editor : Adi Maulana, Devri Barnadri, dan Wibi Hardani. Edisi ke – 12. Jakarta ; Erlangga

- Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2009) . *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*, edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran,MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krisma Wahyu Utami. (2016). *Ritel Indonesia Lebih Baik Dibanding Singapura*. <http://properti.kompas.com/read/2016/06/08/214235721/sektor.ritel.indonesia.lebih.baik.dibanding.singapura> . diakses tanggal 5 Desember 2016
- Martha1392's. (2012). <https://martha1392.wordpress.com/2012/11/11/apa-pengertian-dari-perilaku-konsumen-impulse-buying-window-shopping-ceruk-niche-exc-muda/> diakses 12 Desember 2016.
- Ni Putu Rahayu Wulansari & Ni Ketut Seminarini. (2015). *Analisis Pengaruh Store Environment Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Pada Delta Dewata Supermarket*. E - Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4.
- Pemayun dan Ekawati. (2016). *Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai, Dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy's Mall Gatsu Denpasar*. <http://id.portalgaruda.org/article.php?article=458447&val=989>. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7. Hal 4132-4160.
- Permadi dan Wahyuati. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12
- Purnomo R.A & Cahya A . (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. Yogyakarta ; FADILATAMA
- Purwanto, Yashinta A. 2013. *Teknik Display Alfamart*. http://yashintaa.blogspot.co.id/2013/03/teknik-display-alfamart_502.html. diakses 6 Juni 2017
- Rahmawati, Rina. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik Vol.2, No.2. hal 143-150.
- Santoso, Slamet. (2013). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Umpo Press : Ponorogo.
- Schffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta ; PT. Indeks Gramedia.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung ; ALFABETA
- Sutiono, Rudy Jusup. (2009). *Visual Merchandising Attraction: Senjata Merayu yang Paling Ampuh agar Orang Membeli Apapun yang Anda Jual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.s
- Tempo.co. (2011). *Pembelanja Indonesia Makin Impulsif*.
<https://m.tempo.co/read/news/2011/06/21/090342265/pembelanja-indonesia-makin-impulsif>. diakses 10 Januari 2017
- ti3602marketing. (2014). *Strategi Penetapan Harga*.
<https://ti3602marketing.wordpress.com/2014/05/29/strategi-penetapan-harga/>. diakses 15 Mei 2017
- Tjiptodjojo, Kartika Imasari. (2012) . *Odd Price : Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making*. Jurnal Manajemen Vol. 11, Nomor 2.
- Utami, Chirstina W. (2015). *Manajemen Ritel Modern Menggunakan Retail Mix*.
<http://www.uc.ac.id/manajemen-ritel-modern-menggunakan-retail-mix/> .
diakses 3 Januari 2017
- Wahyono, Budi. (2012). *Pengertian Brand Image (Citra Merek)*.
<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html>. diakses 6 Juni 2017
- Yulianto dkk. (2013). *Pengaruh Retail Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana pada Pusat Perbelanjaan*.
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 1 No. 2 hal.186-194