

DAFTAR PUSTAKA

- Andika Priyandana. (2014). *7 Tren Perilaku Konsumen Indonesia 2015 yang Patut Diketahui Marketer*. <https://gintong.me/2015/06/26/7-tren-perilaku-konsumen-indonesia-2015-yang-patut-diketahui-marketer/>
- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba empat, Jakarta
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Brian Permana Putra dan Mudiantono. (2014). *Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif dan Store Environment Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Tong Hien di Kota Semarang)*. *Journal Of Management*. Vol. 3, No. 4, hal. 1-11, ISSN (Online): 2337-3792.
- Deny Kurniawan dan Yohanes Sondang, SSi, MSc. (2013). *Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2, hal. 1-8.
- Dewa Ayu Taman Sari dan Alit Suryani. (2013). *Pengaruh Merchandising, Promosi dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying*. Fakultas Ekonomi dan Universitas Udayana.

DR. BUCHARI ALMA. (1992). *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. CV “ALFABETA” JL. GEGERKALONG HILIR No. 101 BANDUNG

Duwi Priyatno. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Mediakom.

Eko Wahyu Hidayat. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying. (Studi Kasus Pada ACE Hardware Pondok Indah Mall)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sarif Hidayatullah Jakarta.

Ella Syafputri (2011). *Pembelanja Indonesia Makin Impulsif*.
<https://m.antaranews.com/berita/264058/pembelanja-indonesia-makin-impulsif/>

Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 2. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.

Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.

Faishal Fahd. Yohanes Sugiarto. (2015). *Analisis Pengaruh Promosi dan Atmosfer Gerai Terhadap Impulse Buying Melalui Emot Positif Sebagai Variabel Intervening*. Journal Of Management. Vol. 4, No. 2, hal. 1-8
ISSN (Online) : 2337-3792

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang ; Universitas Diponegoro.

Hendro Eko Yulianto dan Edy Yulianto (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

J. Paul Peter & Jerry C. Olson. (2000). *Consumen Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran jilid 2*, Edisi 4; alih bahasa, Damos Sihombing, editor, Yati Sumiharti, Jakarta: Erlangga.

John C. Mowen / Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5, alih bahasa, Dwi Kartika Yahya, editor, Nurcahyo Mahanani, jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

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.

Lintasjari. (2013). *Teori Sampel dan Sampling Penelitian*.

<http://www.lintasjari.com/587/teori-sampel-dan-sampling-penelitian/>

Nurul Mutya Utami dan Idris. (2015). *Analisis Pengaruh Merchandise, Store Atmosphere, Interaksi Antara Pelanggan Dengan Pelayan Toko*

Terhadap Impulse Buying pada Toko Siranda. Journal Of Management.
Vol. 4, No. 1, hal. 1-9. ISSN (Online): 2337-3792

Okky Gunawan Kwan. (2016). *Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya.* Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 10, No. 1, hal. 27-34. ISSN: 1907-235X.

Putri, Yumei Ajeng, Rodhiyah, and Reni Sinta Dewi. (2014). *The effect of store display and store atmosphere towards purchasing decision at gramedia Semarang.* Jurnal Adminitrasi Bisnis. Skripsi Manajemen

Riksonramos. (2013). *Perilaku Konsumen, Perilaku Produsen, Biaya dan Penerimaan.* <https://riksonramos.wordpress.com/2013/04/13/perilaku-konsumenperilaku-produsenbiaya-dan-penerimaan/>

Schffiman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua.* Jakarta ; PT. Indeks Gramedia.

Slamet Santoso. (2013). *Statistik Ekonomi Plus Aplikasi SPSS.* Umpo Press : Ponorogo

Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Bandung; ALFABETA.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D.* Bandung ; ALFABETA.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development.* Bandung; ALFABETA.

Uma Sekaran.(2006). *Research Methods For Business*. Penerbit Salemba Empat,

Wijaya Grand Center Blok D-7 Jl. Wijaya 2, Jakarta.

Utami, Chirstina W. (2015). *Manajemen Ritel Modern Menggunakan Retail Mix*.

<http://www.uc.ac.id/manajemen-ritel-modern-menggunakan-retail-mix/>

