

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2005). Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa, Bandung: CV. Alfabeta.
- Amirullah.(2002). Perilaku Konsumen. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Berman, B., Evans, J. R. (2007). Retail Management: A Strategic Approach (10th ed). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Boyd, Walker dan Larreche. (2000). Manajemen Pemasaran “ Suatu Pendekatan Strategi Oriental”, Edisi ke Dua, Erlangga, Jakarta.
- Dessyana, C. J. (2013). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chiken Multimart II Manado.Jurnal EMBA, 1 (3). Retrived April 3, 2015, From <http://ejournal.unsrat.ac.id>
- Engel, James F. (2001). Consumer Behavior. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Foster, Bob. (2008). Manajemen Retail. Alfabeta, Bandung.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 ( 5th ed). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2003). Manajemen Pemasaran.Edisi 11. Indeks Kelompok. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran.Edisi ke Sebelas.Jilid 1.Terjemahan Drs. Benyamin Molan. Penyunting Bambang Sarwiji. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, K. & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed). Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Levy, Michael and Barton Weitz.(2001). Retailing Management.International Edition. Mc Graw-hill, New York.
- Malhotra, Naresh K. (2004). Marketing Research: An Applied Orientation, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall.

- Mowen, J. C. & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5th ed). (Dwi Kartika Yahya, Trans). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Mediakom.
- Schiffman, K. & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer behavior* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, U.(2003). *Research Methods for Busineses: A Skill-Building Approach*. Fourth Edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Pawitra.(2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Diakses pada tanggal 10 Januari 2019 pada laman [https://www.researchgate.net/publication/327263904 Pengaruh store atmosp here terhadap impulse buying pada bisnis ritel](https://www.researchgate.net/publication/327263904_Pengaruh_store_atmosp_here_terhadap_impulse_buying_pada_bisnis_ritel).
- Heni Rohaeni (2018) “ Pengaruh Store Layout Terhadap Impulse Buying Di Toko Buku Gramedia Istana Plaza Bandung” *Akademi Sekretari Dan Manajemen Bina Sarana Informatika* Vol. 10, No. 2 (November 2018), Hal. 177 – 192.
- Vivin Anggraeny, Dkk (2016) “ Pengaruh Discount Dan Elemen-Elemen Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square Kota Malang)” *E – Jurnal Riset Manajemenprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*.

