

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, Ria. 2011. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Hypermarket di Kota Bandung*. Bandung. Universitas Padjajaran.
- Djohansjah, Christian, dan Cornelius Victor Pratomo. 2017. *Analisa Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Caturra Espresso*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Volume 5 Nomor 2: 404 - 418.
- Duncan, Delbert J. and Stanley C. Hollander. 1979. *Programmed Learning Aid for Retailing, Modern Concepts and Practices*. Homewood, Illinois: Learning Systems Company.
- Fahd, Faishal, dan Yohanes Sugiarto. 2015. *Analisis Pengaruh Promosi dan Atmosfer Gerai Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening*. Diponegoro Journal of Management. Volume 4 Nomor 2: 373 - 380.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haq, Arini Al. 2013. *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Perilaku Impulse Buying Wanita Bekerja Pada Matahari Department Store Plaza Citra Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Hidayat, Eko Wahyu. 2016. *Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus pada Konsumen ACE Hardware Pondok Indah Mall)*. Jakarta: Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah.
- I'sana, Dwi Allan dan Rini Nugraheni. 2013. *Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below the Line, dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Sriratu Department Store*. Diponegoro Journal of Management. Volume 2, Nomor 2: 58-65.
- Jauhari, Miftahul. 2017. *Pengaruh Promosi, Diskon, Merek, Store Atmosphere, dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*. Diunduh pada 20 Desember 2017 pada <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/1629>

- Kurniawan, Denny. Kunto, Yohanes Sondang. 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. Volume 1 No.2: 1 - 8.
- Leba, Elizabet. dan Suhermin. 2015. *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif yang Dimediasi Emosi Positif*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4 Nomor 1.
- Mahfud, Yusqi. 2017. *Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif dan Store Environment Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Pelanggan AlfaMart Wonosobo)*. Wonosobo: Universitas Sains Al-Quran.
- Pradana, Dian Firdausi. 2013. *Pengaruh Display Produk dan Program Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Indomaret di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)*. Universitas Jember Digital Repository.
- Pradipta, I Ngurah Made Aditya Wiara, dan Ni Made Rastini. 2014. *Pengaruh Atmosfer Toko, Promosi Penjualan, dan Interaksi Antara Karyawan Toko dengan Pembeli terhadap Keputusan Impulse Buying di Carrefour Hypermarket*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Volume 3 Nomor 8: 2242 - 2259.
- Pragita, Atika Ayu, Achmad Fauzi DH, dan Srikandi Kumadji. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Baker's Kings di Mall Olympic Garden Malang)*. Jurnal PROFIT Volume 7 Nomor 1.
- Putra, Agung Mandala. Hariwan, Peggy. 2015. *Pengaruh In-store Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Carrefour Kota Bandung*. E-Proceeding of Management Vol 2 No 3 Desember 2015: 3690 - 3695.
- Putra, Brian Permana 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)*. Diponegoro Journal of Management. Volume 3 Nomor 4.
- Putri, Anggun Suci Kisworo dan Suharyono. 2017. *Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Survei pada Konsumen Matahari Department Store Malang Town Square)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Volume 47 No 2, Juni 2017: 145 - 153.

- Rahmadana, Nur Maya Sari. 2016. *Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2016, 4 (3): 683-697. Diakses pada 11 Desember 2017
- Rook, Dennis W. 1987. *The Buying Impulse*. The Journal of Consumer Research, Vol. 14 No. 2 (Sep., 1987), h. 189-199. Diakses pada 20 Desember 2017, dari JSTOR
- Sakina, Arnika Ayu. 2017. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement, dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Fashion Beberapa Mal di Bandar Lampung)*. Diunduh pada 21 Desember 2017 pada <http://digilib.unila.ac.id/25942/>
- Sari, Dewa Ayu Taman. dan Alit Suryani. 2013. *Pengaruh Merchandising, Promosi dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Udayana.
- Sekaran, Uma. and Roger Bougie. 2013. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. West Sussex: WILEY.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Nurul Mutya dan Idris. 2015. *Analisis Pengaruh Merchandise, Store Atmosphere, Interaksi Antara Pelanggan dengan Pelayan Toko Terhadap Impulse Buying pada Toko Siranda*. Diponegoro Journal of Management. Volume 4, Nomor 1: 364 - 372.
- Winawan, Boy dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2014. *Pengaruh Penataan Produk, Jenis Kelamin, dan Daftar Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus pada Konsumen Ritel di Kota Denpasar)*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Volume 3, Nomor 7: 2133-2149. Diunduh pada 9 Desember 2017 dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/8416/7092>
- Winawati, Nur Fahmi, dan Saino. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Ponorogo City Center)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Volume 3 Nomor 2.

Wulandari, Gusti Ayu. 2014. *Pengaruh Bauran Produk, Personal Selling, Display, dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tak Terencana Pada Konsumen di Pusat-Pusat Perbelanjaan Jember*. Penelitian Dosen Pemula Perguruan Tinggi. Universitas Jember.

www.marketing.co.id/

www.nielsen.com/id/

www.semarangkota.bps.go.id

www.stroberi.net