

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Sofyan. (2011). Pengaruh Pesonal Selling dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk You C 1000 (Studi pada Carrefour BG Junction Surabaya). *FE Unesa* .
- Anggoro, Sandra P. (2012). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Emotional Response Di Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya. Vol 1 No 4.
- Assauri, Sofjan. (1987). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Utara : Penerbit CV Rajawali.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell dan P.W. Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: BP Undip.
- Fitriani, Rahma. (2010). Study Tentang Impulse Buying pada Hypermarket di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen* .
- Ghzoali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudonaviciene, Rasa and Sonata Alijosiene. (2015). Visual Merchandising Impact on Impulse Buying Behaviour. *Social and Behavioral Science* , Volume 213, 635-640.
- Gumilang, Wayan Aris dan I Ketut N. (2016). Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping dan Impulse Buying. Vol 5 No 3.
- Hawkins, Dell., Roger D. Best and Mothersbaugh. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (10th Ed.)*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D. dan Yohanes Sondang K. (2013). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* , Volume 1 Nomor 2 hal 1 - 8.

- Mowen, John C. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Premananto, Gancar Candra. (2007). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Impuls dengan Pendekatan Psikologi Lingkungan dan Rantai Kausalitas. *Jurnal Antisipasi* .
- Raheem, Ahmed I and Parmar V. (2013). Factors Influencing Impulse Buying Behavior. *European Journal of Scientific Research* , 67 - 79.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Stanton, William J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Prawita. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. (2009). *Azas - Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Christina Whidya. (2006). *Manajemen Ritel : Strategis dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Whidya. (2008). *Strategi Pemasaran Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.