

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. *“Manajemen Strategi Pemasaran”*. Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2015.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Amir, M. Taufiq. *“Manajemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern”*. Jakarta: PPM, 2005.
- Artana, I Putu Dwi, dkk. *“Pengaruh Store Atmosphere, Display Product dan Price Discount Terhadap Impulse Buying.”* E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 2019.
- Assauri, Sofjan. *“Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi”*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.
- Cummins, Julian & Roddy Mullin. *“Sales Promotion: Menciptakan, Mengimplementasikan dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan”*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi, 2004.
- Darma, Lizamary Angelia dan Edwin Japarianto. *“Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai Variabel Intervering pada Mall Ciputra World Surabaya.”* Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 8, No.2 Oktober 2014.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Effendi, Usman dan Alwin R. Batubara. *“Psikologi Konsumen”*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Febriana, Fatma Citra. *“Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Impulse Buying pada Toko Kompas Ngroggo Kota Kediri”*. Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jurnal Skimki-Economic Vol.01 N0.11, 2017.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv Yrama Widia, 2011.
- Jogiyanto, *Metode Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Kertiana, I Kadek Dian & I Gst. A. Kt. Sri Artini. "Pengaruh Visual Marcandising, Atmosfer Toko dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Pelanggan Ramayana Denpasar." E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No.11, 2019.
- Komala,Cucu. "Perilaku Konsumsi Impulse Buying Perspektif Imam Ghazali". Jurnal Perspektif Vol.2 No.2 Desember 2018
- Lestari, Sri Isfanti Puji. "Pengaruh Price Discount dan Bonus Pact Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta".Jurnal Maksipreneur.Vol.7.No.2, 2018.
- Marzuki. "Metode Riset (Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial)". Yogyakarta:2005.
- Nofri, Okta dan Andi Hafifah. "Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makasar". Jurnal Manajemen, Ide dan Inspirasi Juni, Vol.5 No.1. 2018.
- Peter , J. Paul dan Jerry C. Olson. "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran". Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Poerwanto dan Zakaria L. Sukirno. "Komunikasi Bisnis Perspektif Konseptual dan Kultural". Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Putra, Nabel Ibrahim, dkk. "Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif pada Fashion Retail (Survei Online pada Konsumen Matahari Departemen Store di Malang Town Square), "Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.61 No. 4 Agustus 2018.
- Prayitno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Rangga, Muhammad. "Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location Terhadap Impulse Buying Pada U.D

- SYAFA MARWA". JOM FISIP Vol. 5: Edisi 1 Januari, 2018.
- Rangkuti, Freddy. "*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Ratnasari, Ketut dan Ritzky Karina M.R Brahmana. "*Pengaruh Store Environment Terhadap Purchase Intention Melalui Store Image pada D'Kampoeng*". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.3, No.1, 2015*.
- Rianto, Raditya Kirana, dkk. "*Pengaruh Store Environment Terhadap Shopping Emtion dan Impulse Buying*". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 59 No. 1 Juni, 2018*.
- Setiyowati, Agustina dan Dwi Hastjarja Kustijana. "*Pengaruh Discount Price, In-Store Display dan Sales People terhadap Pembelian Impulse dengan Impulse Buying Tendency Sebagai Variabel Moderasi*". *J-MKLI VI.1, No.1, April 2017*.
- Shoima, Siti. "*Faktor-Faktor Store Environment Pembentuk Store Image dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Private Label di Matahari Departemen Store Royal Plaza Surabaya*." Vol. 1, No. 2 Oktober 2018.
- Sinaga, Ingrid, dkk. "*Stimulus Store Environment dalam Menciptakan Emotional Response dan Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying*". *Jurnal Profit Vol. 6 No.2,*
- Siregar, Nurlan Oktafiani, dkk. "*Pengaruh Store Environment dan In Store Promotion Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Positif (Studi Pada Konsumen Ramayana Dept Store Salatiga)*, 2015.
- Sopiah dan Syihabudin. "*Manajemen Bisnis Ritel*". Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Subagio, Hartono. "*Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen*". *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.6, No.1, April, 2011*.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *“Statistika Untuk Penelitian”*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sunyoto, Danang. *Manajemen Bisnis Ritel*. Jakarta: PT Buku Seru, 2015.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Taridayanti, Ni Luh Gede. *“Pengaruh Store Environment dan Store Layout Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Migros di Kecamatan Baturiti Tahun 2014”*. Vol.4 No.1, 2014
- Utami, Christina Whidya. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Wilujeng, Sri. *“Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying Konsumen Indomart di Kecamatan Sukun Kota Malang”*, 2017.
- Yuniarti, Vinna Sari. *“Perilaku Konsumen Teori dan Praktik”*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015.

