

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Hui, P., Khan, M.K., Hashim, M. dan Rasheed, S. (2016). Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables. *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, Vol.9, No. 7, (2016), pp.43-60.
- Anggraeni, F. (2016). Pengaruh Promosi, Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket PTC Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 7, Juli 2016. ISSN : 2461-0593.
- Banat, A., & Wandebori, H. S. T. (2012). Store Design and Store Atmosphere Effect on Customer Sales per Visit Economics, *Management and Behavioral Sciences*.
- Berman, B. dan Evans, J.R. (2007). *Retail Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bohl, P. (2012). The effects of store atmosphere on shopping Behavior-A literature review. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/669/1/CMT_2012-1.pdf.
- Cahyorini, A. dan Rusfian, E.Z. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & Organization*. Vol. 18, No. 1. Januari 2011.
- Dawson, S and Kim, M, (2009). External and Internal Trigger cues of impulse buying. *Direct Marketing An International Journal*, VoL. 3 No, 1.
- Fitriana, A. (2016). Analisis Pengaruh *Display Interior* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak. *Journal of Applied Intelligent System*, Vol. 1, No.2, Juni 2016, hal. 90 -102.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Hetharie, J.A. (2012). Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari *Departement Store* Kota Ambon). *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 11, No. 3.
- Hussain, R. dan Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 7, No. 2; 2015. ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203.

- Julianti, N.L., Nuridja, M. dan Meitriana, M.A. (2014). Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. *EJournal Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 4, No. 1.
- Kotler P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition*. 14 Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Global Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nurmasarie, R dan Iriani, S.S. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 1 Nomor 2 Maret 2013.
- Putri, Y.T.A dan Edwar, M. (2015). Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 3, No. 2.
- Saladin, D. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sari, D.A., Minarsih, M.M. dan Fathoni, A. (2014). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Semarang. *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*, 2014.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunjoyo et al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Turley, L.W. dan Milliman, R.E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 2000:49, pp. 193–211.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia)*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

