

## DAFTAR PUSTAKA

- Areni, C. S. & Kim, D. (1994). The Influence of in-store Lightning on Consumer's Examination of Merchandise in a Wine Store. *Elsevier Ltd*, 11(2), 117-125. Diperoleh dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016781169490023X?via%3Dihub>
- Areni, C.S. & Kim, D. (1993). The Influence of Background Music on Shopping Behavior: Classical Versus Top-Forty Music in a Wine Store. *Association for Consumer Research*, 20, 336-340. Diperoleh dari <http://acrwebsite.org/volumes/7467/volumes/v20/NA-20>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017, November). Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2011-2017. Diperoleh dari <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/11/16/127/laju-pertumbuhan-ekonomi-kota-bandung-tahun-2011-2017-persen-.html>
- Bahri, K. N. & Adiwijaya, K. (2013). Analisis Pengaruh Store Image dan Store Brand Price Image terhadap Purchase Intention pada Private Label Brand di Indonesia (Naskah ringkas). Diperoleh dari <http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2015-09/S46552-khoirun%20nisa%20bahri>
- Darsono. (2012). Faktor Emosi dalam Perilaku Konsumen. *Dharma Ekonomi*, 19(36). Diperoleh dari <http://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/DE/article/view/43>
- Fauziyah, F.A. & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Lingkungan Toko terhadap Keadaan Emosional dan Perilaku Pembelian Implusif Konsumen Pengujian Model Mehrabian-Russell. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(1), 1-20. Diperoleh dari <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.1852>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi V, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hardjana, A.M. (2003). *Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Hetharie, J.A. (2012). Peran Emosi Positif sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial terhadap Impulse Buying Tendency pada Matahari Departement Store Kota Ambon. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(14), 891-997. Diperoleh dari [jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/476](http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/476)

Kotler, P. & Keller, K.L. (2009a). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2009b). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas Jilid 2, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Levy, M. & Weitz, B. A. (2001). *Retailing Management*. Edisi Keempat, New York: Mc.GrawHill, Irwin.

Lilien, G.L., Kotler, P., & Moorthy, K.S. (1992). *Marketing Models*. New York: PrenticeHall.

Loudon, D.L. & Bitta, A.J.D. (1984). *Consumer Behavior*. Edisi Kedua, New York: McGraw –Hill, Inc.

Marans, R. & Spreckelmeyer, F.K. (1982). Measuring Overall Architectural Quality a Component of Building Evaluation. *Environment and Behavior*, 14(6), 652-670. Diperoleh dari [https://www.researchgate.net/publication/249623784\\_Measuring\\_Overall\\_Architectural\\_QualityA\\_Component\\_of\\_Building\\_Evaluation](https://www.researchgate.net/publication/249623784_Measuring_Overall_Architectural_QualityA_Component_of_Building_Evaluation)

Mursid, M. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction a Behavioral Perspective on The Consumer*. Singapore: McGraw-Hill Education.

Pramana, D. (2006). Pengaruh Faktor Lingkungan Toko Terhadap Perilaku Pembelian Pengunjung Swalayan Indogrosir Surabaya Melalui *Emotional State* sebagai Variabel *Intervening* (Skripsi). Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia. Diperoleh dari [http://repository.unair.ac.id/8366/8/gdlhub-gdl-s1-2006-pramanadon-2659-b87\\_06.pdf](http://repository.unair.ac.id/8366/8/gdlhub-gdl-s1-2006-pramanadon-2659-b87_06.pdf)

Prasetyo, R. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Setiawan, S.R. (2015). Atmosfer Toko, Emosi Konsumen, dan Perilaku Pembelian pada Toko Roti (Skripsi). Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, Indonesia. Diperoleh dari <http://e-journal.uajy.ac.id/8705/>

Sherman, E., Smith, R.B., & Mathur, A. (1997). Store Environment and Consumer Purchase Behavior: Mediating role of Consumer Emotions. *John Wiley & Sons, Inc*, 14(4), 361-378. Diperoleh dari <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/%28SICI%291520-6793%28199707%2914%3A4%3C361%3A%3AAID-MAR4%3E3.0.CO%3B2-7>

Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Cetakan Ketiga. Bandung: Penerbit Refika Aditama.

Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Singarimbun, M. & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Penerbit LP3ES.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Tumoutou. (2018, 29 Mei). Peluang Bisnis di Kota Bandung, Sektor Perdagangan. Diperoleh dari <https://tumoutounews.com/2018/04/29/peluang-bisnis-di-kota-bandung-sektor-perdagangan/>
- Utami, C. W. (2008). *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Malang: Penerbit Bayumedia
- Wisman, I.P. (2014). Pengaruh Lingkungan Toko (Store Environment) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Srinadi di Semarang. *Universitas Pendidikan Ganesha*, 5(1). Diperoleh dari <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/5062>
- Yasa, A. (2018, 28 Januari). Bisnis Factory Outlet: Apa Kabar FO? Simak Pemaparan Perry. Diperoleh dari <http://industri.bisnis.com/read/20180128/12/731316/bisnis-factory-outlet-apa-kabar-fo-simak-pemaparan-perry>