

DAFTAR PUSTAKA

- Abdolvand, M., Hanzae, K., Rahnama, A., & Khoshpanjeh, M. (2011). “*The Effects of Situational and Individual Factors on Impulse Buying*”, *World Applied Sciences Journal*, ISSN 1818-4952, 2011, p.2108-2117
- Dewi & Giantari (2015). “*Peran Emosi Positif Dalam Memediasi Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif*”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, ISSN : 2302-8912, Vol. 4, No.12, 4419-4448
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21, edisi 5*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graa, A., & Danie, M. (2012). “*Application Of Stimulus & Response Model To Impulse Buying Behavior Of Algerian Consumers*”, *Serbian Journal of Management*, 13 september 2012, p.53-64
- InternetWorldStats – Usage and Population Statistics, The World Population And The Top Ten Countries With The Highest Population*, diakses 4 Oktober 2016, <http://www.internetworldstats.com/stats8.htm>
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing manajemen*, Pearson Education, Inc.
- Kurniawati, D., & Restuti, S. (2014). “*Pengaruh sales promotion dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying pada giant pekanbaru*”, *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol.VI No.3, September 2014, hlm. 24-37
- Leba, E. (2015). “*Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif*”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume.4, Nomor.1, Januari 2015, hlm.1-17
- Peter, J., & Olson, J. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinaga, Suharyono & Kumadji (2012). “*Stimulus Store Environment Dalam Menciptakan Emotional Response Dan Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying*”, *Jurnal Profit*, Volume. 6, No. 2, hlm 1-17
- Sugiyono (2014). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V (2014). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.

- Sumarwan, U. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko, seri 1*. Bogor: IPB Press.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. , Jakarta: Graha Ilmu.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis, edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Top brand index 2014, 2015, 2016 fase 2 kategori departemen store*, diakses 9 September 2016, <http://www.topbrand-award.com/>
- Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (2016). *Pedoman penulisan Tugas Akhir Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta*. Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat, Jakarta.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi multivariate untuk riset pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Utami, C. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.