

DAFTAR PUSTAKA

- Alaudin, M. e. (2015). 'Perceptions of consumer impulse buying behaviour in the super store a case study of some selected super store in bangladesh'. *Asian social science ISSN :1911-2017 Vol.11 No.9*, Hlm, 68-76.
- Assauri, S. (2012). *strategic marketing : sustaining lifetime customer value*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- D, O. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Laks Bang PRESindo.
- Dewi, K. &. (2015). 'Peran promosi dalam memediasi store atmosphere terhadap pembelian impulsif'. *E-Jurnal Manajemen Unud* ISSN: 2302-8912 Vol. 4 No. 12, Hlm, 4419-4448.
- Dewi, K. &. (2016). 'Pengaruh retail mix terhadap impulse buying pada Hypermart di Kabupaten Bandung'. *E-Jurnal Manajemen Unud* ISSN:2302-8912 Vol. 5 No. 6, Hlm, 3421-3448.
- Femina. (2013). *Trending Topic*. dipetik march 03, 2017, dari Fenomena Fast Fashion Clothing: <http://www.femina.co.id/>.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling : metode alternative dengan partial least square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Square : konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, A. &. (2016). 'Pengaruh price discount dan store atmosphere terhadap emotional shopping dan impulse buying pada Giant Pekan Baru'. *E-Jurnal Manajemen Unud* ISSN: 2302-8912 Vol.15 No.3, Hlm, 1859-1888.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Indonesia, K. R. (2016). *Berita industri*. dipetik march 05, 2017, dari "Fashion" jadi peluang di tengah krisis: www.kemenprin.go.id.
- Julianita, W. &. (2011). *SPSS vs LISREL. Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Kotler, P. &. (2004). *Dasar-dasar pemasaran , Edisi Kesembilan*. Prentice-Hall Inc.
- Kurniawati, D. &. (2014). 'Pengaruh sales promotion dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying pada Giant Pekanbaru'. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. VI No. 3, Hlm, 24-37.
- J, H. (2011). *Konsep dan aplikasi : structural equation modeling, berbasis varian dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta.
- Kwan, G. (2016). 'Pengaruh sales promotion dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan positive emotion sebagai variabel intervening pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran* ISSN 1907-235X Vol. 10 No. 1.
- Limakrisna, N. (2012). *Manajemen pemasaran : teori dan aplikasi dalam bisnis*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Lupioyadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Peter, J. &. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (9 ed)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J. &. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (9 ed)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih, H. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, M. E. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L. &. (2008). *Perilaku konsumen (7 ed)*. Jakarta: Indeks.
- Sopiah, &. S. (2008). *Manajemen bisnis ritel*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sridevi, K. (2014). 'Retail atmospheric impact on impulse buying'. *American multidisciplinary international research journal (AMIRJ) Vol. 1 No. 3*, pp : 1-5.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kombinasi, cetakan ke-6*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku konsumen : teori dan penerapannya dalam pemasaran (2 ed)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. J. (2013). *Riset pemasaran dan konsumen. cetakan kedua*.,. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. Jakarta: CAPS (City of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen bisnis ritel (teori, praktik dan kasus ritel)*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Usman, H. &. (2013). *Aplikasi teknik multivariate, untuk riset pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen ritel strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia, Edisi 2*, . Jakarta : Salemba Empat.
- Waani, R. &. (2015). 'The influence of price discount, bonus pack, and in-store display on impulse buying decision in Hypermart Kairagi Manado'. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Administrasi (EMBA)* ISSN: 2303-11 Vol. 3, Hlm, 420-428.
- Yulianto, d. (2013). 'Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada pusat perbelanjaan'. *Jurnal Administrasi dan Bisnis* Vol. 1 No. 2.