

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U, e. a. (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 ISSN: 2005-4246* , 43-60.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Dewi. K. T & Giantari (2015). Peran Emosi Positif Dalam Memediasi Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Duta Plaza Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 4 No. 12 ISSN 2302-8912* , 4419-4448.
- Ferdinand, A (2011). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equaton modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Bandung: Alfabeta.
- Iriani, N. &. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 2 Maret* , 528-540.
- Kotler, P. & Keller. K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kurniawati. D. & R (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* , 24-37.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Erlangga.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mawardi, P. K. (2011). *Riset Pemasaran Dan Konsumen Panduan Riset Dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas Dan Persepsi Risiko*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Matahari Department Store Pertahankan Laba Di Tengah Turunnya Angka Penjualan*. (2017): <http://m.bareksa.com/id/text/2017/04/27/matahari-department-store-pertahankan-laba-di-tengah-turunnya-angka-penjualan/15409/analysis>
- Nagadeepa. C, e. a. (2015). Impact Of Sales Promotion Techniques On Consumers' Impulse Buying Behaviour Towards Apparels At Bangalore. *Asian Journal Of Management Sciences & Education Vol. 4(1) January ISSN: 2186-8441* , 116-124.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo
- Paul Peter, J. & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* . Jakarta: Salemba Empat.
- Paul Peter, J. & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* . Jakarta: Salemba Empat.
- Sari. A, d. (2015). Pengaruh Sales Promotion, Personal Selling, Dan Visual Merchandising Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store PsX Palembang. *JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XII No1, April* , 51-64.
- Sarjono, H dan Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel Teori, Praktik Dan Kasus Ritel* . Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Utami, C. (2012). *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Top Brand Award. (2016). Top Brand Index 2016 Fase 2 Kategori retail. Diakses pada tanggal 23 Februari 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2

