

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., Suharyono., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh atmosphere toko dan promosi penjualan terhadap shopping emotion dan pembelian tidak terencana, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.37, No.1, hlm. 164-170.
- Cakraningrat, P., & Ardani, I. (2016). Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying di discovery shopping mall, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.7, 2016, hlm.4423-4452, ISSN 2302-8912.
- Dewi, K., & Giantari, I. (2015). Peran emosi positif dalam mediasi store atmosphere terhadap pembelian impulsif, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.4, No.12, 2015, hlm.4419-4448, ISSN 2302-8912.
- Esfahani, A., & Jafarzadeh, M. (2012) Studying impacts of sales promotion on consumer's psychographic variables, *Journal Institute of Interdisciplinary Business Research*, Vol.3, No.9, January 2012.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi.3, Semarang: CV. Indoprint.
- Grafik Laba Carrefour (2017). Diakses Februari 10 2017, dari investing: <https://id.investing.com/equities/carrefour-earnings>.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Edisi.8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, W., & Nurcahaya, I. (2016). Pengaruh price discount dan store atmosphere terhadap emotional shopping dan impulse buying, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.15, No.3, 2016, ISSN 2302-8912.
- Hulten, P., & Vanyushyn, V. (2014). Promotion and shoppers' impulse purchases the example of clothes, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.31, No.3, 2014, p.94-102.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*, England: Pearson Education Limited.

- Kurniawan, D., & Kunto, Y. (2013). Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan shopping emotion sebagai variable intervening studi kasus di matahari departement store cabang supermall surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.2, 2013, hlm.1-8.
- 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 atmosphere gerai dan promosi penjualan terhadap pembelian impulse yang memediasi emosi positif, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.4, No.1, Januari 2015, hlm.1-17.
- Lima Besar Sektor Ritel Paling Potensial (2016). Diakses January 28 2017, dari Berita Satu: <http://m.beritasatu.com/ekonomi/368786-indonesia-masuk-lima-besar-sektor-ritel-paling-potensial-di-dunia.html>.
- Mohan, G., Sivakumar, B, & Sharma, P. (2013). Impact of store environment on impulse buying behavior, *European Journal of Marketing*, Vol.47, No.10, p.1711-1732.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta: PRESSindo
- Peter, P. & Olson, C.J. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, Edisi 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, P. & Olson, C.J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Pragita, A., Fauzi, A, & Kumadji, S. (2012). Pengaruh store atmosphere (suasana toko) terhadap emosi dan dampaknya kepada keputusan pembelian, *Jurnal Profit*, Vol 7.
- Profil Perusahaan Carrefour. (2016). Tentang Carrefour. Diakses 10 Februari 2017, dari [www.carrefour.co.id/id/shop/carrefour/](http://www.carrefour.co.id/id/shop/carrefour/).
- Profil Perusahaan Carrefour. (2016). Tentang Carrefour. Diakses 27 Mei 2017, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Carrefour>
- Rinto, D. (2013). Pengaruh fashion involment dan positive emotion terhadap impulse buying di centro departement store surabaya, *Jurnal Tourism Retailing*, Vol.2, No.2, 2013.

- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2015). *Perilaku organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, M.A., & Sopiah (2013). *Perilaku konsumen*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sarjono, H, & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, N.B., Mawardi, K.P., Nugroho, W. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*, Bogor; IPB Press.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen*, Edisi 2, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran strategik*, Edisi 1, Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen bisnis ritel*, Edisi 1, Jakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi pemasaran*, Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuisisioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto, J. & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supranto J. (2008). *Statistik: teori dan aplikasi*, Edisi 7, Jakarta: Erlangga.
- Transmart Carrefour Targetkan Tambah 10 Gerai Ritel Modern Baru (2016) Diakses January 28 2017, dari possore <http://possore.com/2016/03/18/transmart-carrefour-targetkan-tambah-10-gerai-ritel-modern-baru/>.
- Top Brand Award (2013). Diakses 10 Februari 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2013\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2013_fase_2).
- Top Brand Award (2014). Diakses 10 Februari 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2014\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_2).

Top Brand Award (2015). Diakses 10 Februari 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2015\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_2).

Top Brand Award (2016). Diakses 10 Februari 2017, Dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2).

Usman, H. & Sobari, N. (2013). *Aplikasi teknik multivariate untuk riset pemasaran*, Edisi.1, Jakara; PT. Rajagrafindo Persada.

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (2017). Pedoman penulisan tugas akhir skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta. Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat, Jakarta.

Utami, C. (2014). *Manajemen ritel*, Jakarta: Salemba Empat.

Wibowo (2016). *Perilaku dalam organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.

