

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., et al. (2016). 'Impact of store atmosphere on impulse buying behavior: moderating effect of demographic variables', *International journal of u- and e- service*, vol. 9, no. 7, page. 43-60.
- Badan Pusat Statistik (2016). Diakses 10 Februari 2017, dari <http://pelitabatak.com/news/-Tahun-2016--Pendapatan-Per-Kapita-Indonesia-Rp-47-96-Juta>.
- Cakraningrat, P. B. W. W., & Ardani, S. I.G.A.K. (2016). 'Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying di discovery shopping mall', *E-jurnal manajemen unud*, vol. 5, no. 7, hlm. 4423-4452.
- Data Industri Minimarket, Supermarket, Hypermarket di Indonesia (2015). Diakses 10 Februari 2017, dari <http://duniaindustri.com/downloads/data-industri-minimarket-supermarket-hypermarket-di-indonesia/>.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square dilengkapi software smart PLS 3.0. Xlstat 2014 dan WarpPLS 4.0 edisi 4*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Hasil Riset The Nielsen Company Indonesia (2016). Diakses 10 Februari 2017, dari http://eprints.undip.ac.id/49725/1/10_PRASETYA.pdf.
- Kurniawan, D., & Kunto, Y. S. (2013). 'Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap impulse buying dengan shopping emotion sebagai variabel intervening studi kasus di Matahari department store cabang supermall Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol. 1, no. 2, 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. 3, no. 3, hlm. 24-37.
- Leba, E. (2015). 'Pengaruh atmosfer gerai dan promosi terhadap pembelian impulsif yang dimediasi emosi positif', *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, vol. 4, no. 1, hlm. 1-17.
- Lumintang, F.F (2015). 'Pengaruh hedonic motives terhadap impulse buying melalui browsing dan shopping lifestyle pada online shop', vol. 1, no. 1, hlm. 1-7.
- Mawardi, P. K. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Mehta, P. N., & Chugan, K. P (2013). 'The impact of visual merchandising on impulse buying behavior of consumer: a case from central mall of Ahmedabad India', *Universal journal of management*, vol. 1, no. 2, page. 76-82.
- Noor, J. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Pertumbuhan Ritel Indonesia (2015). Diakses 10 Februari 2017, dari <https://ekbis.sindonews.com/read/1007773/34/pertumbuhan-ritel-indonesia-peringkat-12-dunia-1433163799>.
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2014). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih, I.A.T., & Astiti, D.P. (2016). 'Pengaruh motivasi hedonis dan atmosfer toko terhadap pembelian impulsif pada remaja putri di Denpasar', *Jurnal psikologi udayana*, vol. 3, no. 2, hlm. 209-219.
- Saham Carrefour Indonesia (2015). Diakses 30 Mei 2017, dari <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/15/01/10/nhz005-lima-tahun-ke-depan-tidak-ada-lagi-carrefour-di-indonesia>.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs Lisrel Sebuah pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2012). *Statistika deskriptif untuk penelitian: dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17/Syofian Siregar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran strategik*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen bisnis ritel*. Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Surya, E. D. (2016). 'Pengaruh motif berbelanja (shopping motives) dan atribut toko (store attributes) terhadap pembelian impulsif pada toko Ramayana cabang teladan Medan', *Hurnal Ilmiah "Dunia Ilmu"*, vol. 2, no. 2, hlm. 1-16.
- Trans Corp (2017). Diakses 30 Mei 2017, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_Corp.
- Trans Ritel Indonesia (2017). Diakses 30 Mei 2017, dari <https://id.linkedin.com/company/pt-trans-retail-indonesia>.
- Transmart Buka 30 Gerai Baru (2017). Diakses 30 Mei 2017, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3405101/transmart-buka-30-gerai-baru-tahun-ini-dilengkapi-bioskop-hingga-trans-studio>.
- 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.
- 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.
- 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.
- Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. (2017). *Pedoman penulisan tugas akhir skripsi di fakultas ekonomi dan bisnis UPN*

- “Veteran” Jakarta. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat.
- Usman, H. (2013). *Aplikasi teknik multivariate*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen ritel strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Winarti, N. N. (2016). ‘Pengaruh kondisi emosi dan store atmosphere terhadap impulse buying di indomaret cabang desa Tampaksiring’, *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, vol. 7, no. 2, hlm. 1-12.

