

DAFTAR PUSTAKA

- Cakraningrat, P.B.W.W. & Ardani, S. I.G.A.K. (2016). 'Pengaruh promosi dan store atmosphere terhadap shopping mall dan impulse buying di discovery shopping mall', *E-Journal Manajemen Unud*, vol. 5, no. 7, hlm. 4423-4452.
- Gumilang, W.A. & Nurcahya, I.K. (2016). 'Pengaruh price discount dan store atmosphere terhadap emotional shopping dan impulse buying', *E-Journal Manajemen Unud*, vol. 15, no. 3, hlm. 1859-1888.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2015). *Partial least square konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Jakarta: PT.Buku Seru.
- 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.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. England: Prentice Hall.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mehta, P.N. & Chugan, K.P. (2013). 'The impact of visual merchandising on impulse buying behaviour of consumer: a case from central mall of ahmedabad india', *Universal Journal Of Management*, vol. 1, no. 2, hlm. 77-82.
- Nair, D. (2015). 'Impact of emotional intelligence on impulse buying and product value proposition', *European Journal Of Business and Management*, vol. 1, no.1, hlm.165-172.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Leksbang Pressindo.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku organisasi (ratna saraswati dan febiella sirait, penerjemah)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. M., & sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *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*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). *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).
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Top Brand Award. (2017). Top brand kategori minimarket. Diakses 15 Februari 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1.
- 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. W. (2010). *Manajemen ritel strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Winantri, N.N. (2016). 'Pengaruh kondisi emosi dan store atmosphere terhadap impulse buying di indomaret cabang desa tampaksiring tahun 2016', *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, vol. 7, no. 2.