

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.
- Aini, Q., dkk (2016). Pengaruh atmosfer toko dan promosi penjualan terhadap sopping emotion dan pembelian tidak terencana (survei terhadap konsumen Giant hypermarket mall olympic garden). *Jurnal administrasi bisnis*. Vol 37. No 1, hlm. 164-170
- 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.
- Ferdinand (2011). *Metode Penelitian Manajemen* edisi 3. Semarang: Badan Penelitian 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*. Yogyakarta: PT Buku Seru
- Kotler, P & Keller, K. L (2009), *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga
- 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.
- Kotler, P & Keller, K. L (2009), *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga
- 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.

Mawardi, P. K. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: IPB Press.

Noor, J. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*. Jakarta: Grasindo.

Nurmasarie, R. S & Iriani, S. S (2013) Pengaruh promosi penjualan dan penjualan perseorangan terhadap keputusan belanja tidak terencana. *Jurnal ilmu pemasaran*. Vol 1. No.2 hlm. 528-540

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 edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Profil Perusahaan Indomaret. (2018). Tentang Indomaret. Diakses 19 Mei 2018 dari www.indomaret.co.id

Profil Perusahaan Indimaret. (2016). Tentang Indomaret. Diakses 19 Mei 2018 dari <http://shohifanadia.ilearning.me/?p=174>

Radjali, H. R (2012). 'Explaining main factors effecting on impulse buying behavior'. *Journal of american science*. Vol.3. No.1, page. 245-251

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).

Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs Lisrel Sebuah pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.

Sopiah & Syihabudhin (2008). *Bisnis ritel*. Yogyakarta: Andi

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- 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.
- Sari, A dkk (2015). Pengaruh sales promotion, *personal selling* dan visual merchandising terhadap perilaku impulse buying konsumen matahari departemen store matahari psx palembang. *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan terapan*. Vol. 11. No.1, hlm. 45-56
- Saham Indomaret. Di akses 2 Agustus 2017) dari, <https://m.merdeka.com/uang-laba-bersih-pemilik-indomaret-terjun-bebas-71-persen-rp-305-m.html>
- Saham Indomaret. Di akses 31 Juli (2017) dari, <https://www.google.co.id/omp/s/economy.okezonw.com/amp/2017/07/31/1746892/parah-laba-pemilik-indomaret-anjlok-hingga-menjadi-rp-30-5-miliar>
- Tjiptono, F (2008). *Strategi Pemasaran* edisi III. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F & Chandra, G (2012). *Pemasaran Strategik* edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Tjantoko, L. E & Japrianto, E (2015). Analisa pengaruh promosi dan hedonoc motivation terhadap impulse buying di rans's laboratory galaxy mall siurabaya. *Jurnal manajemen petra*. Vol, 3. No.2, hlm. 1-7
- Top Brand Award (2014). Diakses 10 Februari 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_2.
- Top Brand Award (2015). Diakses 10 Februari 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.
- Top Brand Award (2016). Diakses 10 Februari 2017, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2.
- 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.