

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Akram, U., Hui, P., Khan, M., Hashim, M., & Rasheed, S. (2016). 'Impact of Suasana toko on Pembelian impulsif Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables', *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, Volume IX page. 43-60.
- Candra, A. (2017). Mengenal Strategi Pemasaran Matahari. Diakses 29 May 2018. Dari [http://ggum-soom.blogspot.co.id/2017/05/memahami-strategi-pemasaran-matahari\\_30.html](http://ggum-soom.blogspot.co.id/2017/05/memahami-strategi-pemasaran-matahari_30.html).
- Chang, H., Yan, R., & Eckman, M. (2014). 'Moderating effects of situational characteristics on pembelian impulsif', *International Journal of Retail & Distribution Management*, Volume XLII hlm. 298-314.
- Darma, L., & Japarianto, E. (2014). 'Analisa pengaruh nilai belanja hedonis terhadap pembelian impulsif dengan gaya hidup berbelanja dan positive emotion sebagai variabel perantara pada mall ciputra world Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume VIII hlm. 80-89.
- Dewi, K., & Giantari, I. (2015). 'Peran emosi positif dalam memediasi suasana toko terhadap pembelian impulsif', *E-Jurnal Manajemen Unud*, Volume IV hlm. 4419-4448.
- Echdar, S (2014) *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ferdinand, A .(2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) edisi 4*, Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 edisi 8*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunadhi, E., & Japarianto, E. (2015). 'Analisa pengaruh suasana toko terhadap pembelian impulsif melalui gaya hidup berbelanja dan emotional response sebagai variabel perantara pada the body shop Indonesia', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume I hlm. 1-9.
- Hulten, P., & Vanyushyn, V. (2014). 'Promotion and shoppers' impulse purchases: the example of clothes', *Journal of Consumer Marketing*, Volume XXXI page. 94-102.

- Industryco.id. (2018). Pendapatan Perkapita Indonesia Peringkat Kelima di Asia Tenggara. Diakses 22 Februari 2018. dari <http://www.industry.co.id/read/22930/pendapatan-perkapita-indonesia-peringkat-kelima-di-asia-tenggara>.
- Kartika, T., Rofiaty., & Rohman, F. (2017). 'Pengaruh nilai belanja hedonis dan atmosfer gerai terhadap keputusan pembelian impulsive dengan dimediasi reaksi impulsif', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume IV hlm. 188-196.
- Kompas.com. Matahari Department Store Tutup Gerai Di Taman Anggrek Dan Lombok. Diakses 29 May 2018. Dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/21/162030126/matahari-department-store-tutup-gerai-di-taman-anggrek-dan-lombok>.
- Kompas.com. Pendiri Matahari Department Store Meninggal Dunia. Diakses 29 May 2018. Dari <https://regional.kompas.com/read/2018/03/10/13263981/pendiri-matahari-department-store-hari-darmawan-meninggal-dunia>.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2016). *Marketing Management, global edition*, Malaysia: CTP-VVP.
- Kurniawan, D., & Kunto, Y. (2013). 'Pengaruh Promosi Dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Shopping Emotion Sebagai Variable Perantara Studi Kasus Di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume I hlm. 1-8.
- Kurniawati, D., & Restuti, S. (2014). 'Pengaruh Sales Promotion Dan Suasana Toko Terhadap Shopping Emotion Dan Pembelian Impulsif Pada Giant Pekanbaru', *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Volume VI hlm. 24-37.
- Matahari Mall. Tentang Matahari Mall. Diakses 14 Februari 2018. dari <http://matahari.co.id/id/about>.
- Mohan, G., Sivakumaran, B., & Sharma, P. (2013). 'Impact of store environment on pembelian impulsif behavior', *European Journal of Marketing*, Volume XLVII, page. 1711-1732.
- Peter, P & Olson, J.C. (2014). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran, edisi 9 buku 2*, Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, P & Olson, J.C. (2013). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran, edisi 9 buku 1*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

- Sarjono, H & Juliantina, W (2013) *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, Y., Rodhiyah., & Listyorini, S. (2015). 'Pengaruh gaya hidup berbelanja, fashion involvement, dan hedonic shopping motivation terhadap pembelian impulsif.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel: Teori, Praktik, dan Kasus Ritel*, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, edisi 2*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B., Mawardi, P., & Nugroho, W. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian*, PT. IPB Press.
- Utami, C. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia, edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat.

