

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Khan, M. K., Hashim, M., & Rasheed, S. (2016). Impact of *Store Atmosphere* on *Impulse Buying* Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables. *IJUNESST*, Page. 43-60.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: CV. Indoprint.
- Hulten, P., & Vanyushyn, V. (2014). Promotion and shoppers' impulse purchases: the example of clothes. *Journal of Consumer Marketing*, Page. 94-102.
- Dewi, K. K., & Ekawati, N. W. (2016). Pengaruh Retail Mix Terhadap *Impulse Buying* Pada Hypermarket Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Manajemen Unud*, hlm. 3421-3448.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi.3, Semarang: CV. Indoprint.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan program IBM SPSS 23*, Edisi.8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, England: *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, D., & Restuti, S. (2014). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan *Impulse Buying* Pada Giant Pekan Baru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, hlm. 24-37.
- Nagadeepa, C., Selvi, T., J., & A, P. (2015). Impact Of Sale Promotion Techniques On Consumers' *Impulse Buying* Behaviour Towards Apparels At Bangalore. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, hlm. 116-124.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi. Sejarah berdirinya Hypermart Hypermart diakses, dari www.hypermart.co.id.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Effendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sopiah & Syihabudhin, (2008), *Manajemen bisnis ritel*, Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Pemelitian Lengkap, Praktis dan MudahDipahami*. Klaten: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Pres
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W. (2011). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Supriyono & Iskandar, D. (2016). Pengaruh Atmosfir Toko Dan Pelayanan Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Tidak Terencana Pelanggan Indomaret Surakarta. *Aktual*, hlm. 43-59.
- Top Brand Index.(2016). Top brand award 2016 kategori bisnis ritel hypermarket diakses, Dari <http://www.topbrandaward.com/home//ritel/fase2016>.
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Utami, C. W. (2014). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yulianto, H. E., Yulianto, E., & Wilopo (2013). Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Pada Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, page.186-194.