

DAFTAR PUSTAKA

- Akdogen, M. S., Ozgener, S., Kaplan, M. & Coskun, A. (2012), The effect of consumer ethnocentrism and consumer animosity on the re-purchase intent : the moderating role of consumer loyalty, *Emerging Markets Journal*, Vol.2, pp.1-11.
- Applebaum, B (1996), "Moral Paralysis and the Ethnocentric Fallacy," *Journal of Moral Education*, 25 (2), 185–99.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bamber *et al.* (2011). *Product-Knowledge, Ethnocentrism and Purchase Intention: COO Study in India*. Working Paper No. 112/2011. Benet-Martínez, Veronica, Fiona Lee, and Janxin Leu (2006), "Biculturalism and Cognitive Complexity: Expertise in Cultural Representations," *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37 (4), 386–407.
- Botti, S. & Iyengar, S.S. (2006). The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), pp.24–38.
- Chriesmaya, E.I. (2012). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Minimarket Alfamart Di Malang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Dessyana, H. J. (2013). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chiken Multimart II Manado. *Jurnal Emba*
- Diawan, N.S, et al. (2016). *The Influence of Store Atmosphere on Purchase Decision and It's Impact on Customer's Satisfacation*. Fakultas Ilmu Administrasi: Universitas Brawijaya.
- Dharmmesta, S.B & Handoko, H.T. (2011). *Managemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Fadila, D & Rasyid N. (2012). Pengaruh Ethnosentrisme Konsumen Terhadap Keterlibatan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VII*, Mei 2012.
- Fazio, R.H. & Carol J.W (1986), "Attitude Accessibility as a Moderator of the Attitude–Perception and Attitude–Behavior Relations: An Investigation of the 1984 Presidential Election," *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (3), 505–514.

- Ferdinand, A. (2005). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister*. Semarang: UNDIP. [8]
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, R.L.Tatham, (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7 Ed. New Jersey : Prentice Hall
- Hendra, F. (2013). Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dilakukan Dipasar Tradisional Sehati Calaca. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*
- Hustic, I, Iva,G. (2015). *The Influence of Price on Coustumer's Purchase Decision*. Fakultas Organisasi dan Informatika: Universitas Zagreb pavlinska.
- Idris. 2010. *Aplikasi Model analisis Data Kuantitatif Dengan Program SPSS Edisi Revisi III*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Jasniko. (2013). Pengaruh atmosfer toko dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Citra Bandar Buat Padang
- Jain, S. K. & Jain, R. (2013). Consumer Ethnocentrism and Its Antecedents: An Exploratory Study of Consumers in India, *Asian Journal of Business Research*, vol 3, no 1, pp. 1-18.
- Kantohe, J & Merlyn,K. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Fiesta Pasar Swalayan Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Vol. 2. No. 1. Hal. 66-77. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Karouw, Z , O. Esry H. Lohdan J.R. Mandei. (2016). Faktor Penentu Pilihan Konsumen Komoditi Pertanian Terhadap Tempat Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Manado. *Jurnal ASE*. Volume 12. No. 1. Hal. 77-90. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Kotler, P & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P & Amstrong (2012): *Marketing Managemen 14th Edition*. New Jersey: Pretice Hall.
- Kotler, P & Keller. (2016). *Marketing Managemen 16 Edition*
- Lee, W.N, Gi Young Hong, & Si-Jin Lee (2003), "Communicating with American Consumers in the Post 9/11 Climate: An Empirical Investigation of

Consumer Ethnocentrism in the United States,” *International Journal of Advertising*, 22 (4), 487–510.

Levy, M., & Weitz, B. A. (2007). *Retailing management* (4th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Keegan, Warren J. & Mark. C. Green. (2013). *Global Marketing*. Harlow: Pearson

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*, 1(2), 1-8. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Listiana, E. (2012). Pengaruh Country of Origin terhadap Perceived Quality dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi bisnis*. Vol.8 No.1: FISIP- Unpar.

Liwe, F. (2013). *Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken manado*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Sam Ratulangi.

Loudon, D.L, & Albert J. D.B (1993). *Consumer Behavior :Concepts and Applications Volume 1, 4th ed*. New York: McGraw Hill Education.

Madjid, R. (2014). *The influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions* .Fakultas Bisnis dan Ekonomi: UniversitasHalu Oleo.

MacDonald, K (2006), “Psychology and White Ethnocentrism,”*Occidental Quarterly*, 6 (4), 7–46. Malhotra, N.K., 2009, *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta

Maretha, V. & Engkos A.K. (2011). *Pengaruh store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Bina Nusantara.

A., Morissan M. *et al. Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.

Mowen, J.C. & Michael,M. (2002) . *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga.

Muhson, A. (2013). *Teknik Analisis Data. MetodologiPenelitian Pendidikan*.

Nashih, A.R.F. (2017). *Pengaruh Lokasi Atmosphere, KeragamanProduk, Harga dan Personal selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Alamindo Perkasa , LTD, di Kota Kudus)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Dian Nuswantoro.

- Nguyen, T.D *et al.* (2008), "Consumer ethnocentrism, cultural sensitivity, and intention to purchase local products - evidence from Vietnam," *Journal of Consumer Behaviour*, Jan.-Feb. 2008, Vol. 7: 88-100 (2008).
- Nursanti, T.D.H. (2012). *Analisis Pengaruh Suasana Toko, Variasi Merchandise, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Gadget: Studi Kasus Gerai Wellcomm shop Mal Citraland*. Jurnal Binus Business Review. Vol. 3. No. 1. Hal. 356-373. BINUS University. Jakarta.
- Pan, FC, *et al.* (2008). Dual attractiveness of winery: Atmospheric cues on purchasing. *International Journal of Wine Business Research*, 20(2), 95-110. Emerald Group Publishing Limited.
- Peter, J. P & Jerry C. O. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 4. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Powers, T.L. & Raymond A.H (2006), "Altruism and Consumer Purchase Behavior," *Journal of International Consumer Marketing*, 19 (1), 107–130.
- Prasetyo, R.A. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putri, L.H, *et al.* (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*. Fakultas Ilmu Administrasi : Universitas Brawijaya.
- Tempo.co. (26 Maret 2017). Survei : Pria Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Wanita. <https://bisnis.tempo.co/read/859653/buka-300-gerai-di-sumatera-barat-berikut-strategi-minang-mart>
- Qing, Ping., Lobo, Antonio. Chongguang, Li., (2012), *The impact of lifestyle and ethnocentrism on consumers' purchase intentions of fresh fruit in China*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 29 Iss 1 pp. 43 – 51.
- Raharjani.J. (2005). Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Belanja. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Rumagit, R.R. (2013). Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*. Vol. 1. No. 4. Hal. 171-181. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Samosir, C.B.H & Arief B.P. (2015). *Pengaruh Persepsi Keluarga Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas MercuBuana.

- Santoso, I. (2016). *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Manajemen Teknologi* 15(1): 94-109.
- Schiffman, L & Leslie L.K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Schoute, M. (2011). *The Relationship Between Product Diversity, Usage of Advanced Manufacturing Technologies and Activity-based Costing Adoption*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Amsterdam.
- Sekaran. (2006). *Research Methods For Business*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp T, Sharma S. 1987. Consumer ethnocentrism: construction and validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research* 24(3):280-289.
- Sharma, P (2015). *Consumer Ethnocentrism : Reconceptualization and Cross-cultural validation*. *Journal of Business Studies*, 46. Pp. 381-389.
- Sopiah & Syihabudhin. 2008. *Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi
- Siamagka, N.T. & Balabanis, G. (2015). Revisiting Consumer Ethnocentrism: Review, Reconceptualization, and Empirical Testing. *Journal of International Marketing*, 23(3), pp. 66-86. doi: 10.1509/jim.14.0085
- Spies, Kordelia, *et al.* (1996). *Store Atmosphere, Mood and Purchasing Behavior*. Departemen Psikologi: universitas Gottingen.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulhaini. (2016). Home country image and ethnocentrism among young consumers in a developing country. *Journal for Global Business Advancement* 9 (2):195 - 211.
- Utami, C.W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Wang CL & Chen ZX. (2004). Consumer Ethnocentrism and Willingness to Buy Domestic Products in Developing Country Setting Testing Moderating Effects. *Journal of Consumer Marketing*. Volume 21 No. 6. Page 391-400.
- Wei, Y. (2008). *Does Consumer Ethnocentrism Affect Purchase Intentions Of Chinese Consumers? Mediating Effect Of Brand Sensitivity And Moderating Effect Of Product Cues*. *Journal of Asia Business Studies*, Vol. 3 Iss 1 pp. 54 - 66.