

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Faridha. (2016). *Pengaruh Promosi, Diskon, dan Impulse Buying terhadap Keputusan Pembelian Hupermart PTC Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran. Vol. 5. No. 7. Hal. 1-15.
- Aprih, Santoso dan Sri Widowati, (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian*, Jurnal Dinamika Sosial Budaya, No. 2, FE-USM, Halaman 179-190.
- Atmaja , Desy Purwanti dan Martinus Febrian Adiwinata.2013.*Pengaruh produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di kopitiam OEY Surabaya*
- Azhari, M., Farida, N., & Suryadi. (2014). *Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Brand Association, dan Brand Awarness terhadap Keputusan Pembelian Ulang*. Diponegoro journal of social and politic, 9.
- Basu S dan Irawan. (2003). *“Manajemen Pemasaran Modern”*. (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cornelius, Britta. Natter, Martin. & Faure, Corinne. (2010). *How Storefront Displays Influence Retail Store Image. Journal of Retailing an Consumer Services*, Vol 17. Issue 2. Pages 143-151.
- Durianto, Darmadi. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Duwi Priyatno, 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Gaya Media, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Dessyana J, C,. (2013). *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*. Jurnal EMBA 845 Vol.1, No.3.

- George, B.P. dan Yaoyuneyong, G., (2010), *Impulse buying and cognitive dissonance: a study conducted among the spring break student shoppers, Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, Vol. 11 Iss: 4 pp. 291 - 306.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Ma'ruf, Hendri, (2006). *Pemasaran Ritel*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Mehta, P. Neha, Pawan. K Chugan. (2013). *Impact of visual merchandising on impulse buying behavior of consumer : a case of central mall of Ahmedabad India*. Universal Journal of Management. Vol. 1 No. 2. Pp 76-82.
- Oh, J., Fiorito, S.S., Cho, H., Hofacker, C.F., (2008). *Effects of design factors on store image and expectation of merchandise quality in web stores*. *Journal of Retailing and Consumer Services* 15, 237–249.
- Pancaningrum E. (2017). *Visual Merchandise dan Atmosfer Toko : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls*. JIEP-Vol. 17.
- Rangga, M., *Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Impulse Buying Pada U.D Syafa Marwa*. Jom Fisip Vol. 5.
- Riduwan dan Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarsono, Guntara Jovita. (2017). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 11. No. 1. Hal. 16-25.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Utami, Chistina Whidya (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*; Jakarta: Salemba Empat.

Verplanken, B., & Sato, A. (2011). *The psychology of impulse buying: an integrative self-regulation approach*. *J Consum Policy*, hal. 197-210.

Yistiani Dkk., 2012, *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza di Denpasar*, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 6 No 2.

Yudatama, Aditya, dkk. 2012. "Pengaruh Store Image, Store Atmospheric, Store Theatrics, dan Social Factors Terhadap Pembelian Tak Terencana (Studi Kasus Pada Luwes Pasar Swalayan Ungaran)". *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Dipenogoro*. Volume 1 Nomor. 1 Hal 1-10.

