

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Revisi VI)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arum, S., dan Nurkhayati, I., 2013. Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Cabang Banyumanik Semarang. *Teknis* Volume 8, Nomor 1.
- Assauri, Sofjan, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPF.
- Fatkhurrohman, H. 2004. *Perilaku Konsumen Dalam Pemasaran*. Surakarta: Universitas Muhammdiyah.
- Gajanayake, Ridmi dan Surangi. 2011. *The Impact of Selected Visual Merchandising Techniques On Patronage Intentions In Supermarkets*. International Conference.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS19 (edisi kelima.)* Semarang: Universitas Diponegoro
- Gilbert, David. 2003. *Retailing Marketing Management*. 2th Edition. England, Endinburgh Gate: Pearson Educated Limited.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar* : Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Iqbal, Azmiya et. al. 2011. *Visual Merchandising and Customer Appeal*, Bahrain: Birla Institute of Technology.
- Karmela, L. dan Junaedi, J. 2011. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Kosumen pada Toserba Griya Kuningan. *Equilibrium*, 5(9).
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Keenam Jilid 2. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip. 1985. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1., Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, Denny. dan 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 hal 1. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Kusumowidagdo, Astrid. 2010. Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 3 (1). 17-32.
- Kusuma. 2014. Pengaruh Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency dan Positive Emotion terhadap Fashion-Oriented Impulse Buying Kalangan Remaja di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol. 3, No. 2.
- Kouchekian, Milad dan Gharibpoor, Mahshid. 2012. Investigation the Relationship between Visual Merchandising and Customer Buying Decision Case Study: Isfahan Hypermarkets. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Science*, Volume 1, Nomor 2.
- Laksana. Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Leba, Elizabet. 2015. Pengaruh Atmosfer Gerai dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Emosi Positif. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.4 hal 16. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2008. *Retailing Management*. New York, America: McGraw-Hill/Irwin.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Muslim, M. I., dan Mudiantono. 2012. Analisis Pengaruh Merchandise, Promosi, Atmosfir Dalam Gerai, Pelayanan Ritel, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran*. Universitas Diponegoro Semarang.

- Pindyck, Robert S. dan Rubinfeld, Daniel L. 2007. *Mikroekonomi* Edisi 6 Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Setiaji, Bambang. 2006. *Panduan Riset Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: UMS Press.
- Selvaraj, C dan Swaminathan. 2011. Brunt Of Visual Merchandise On Retail Store Penchant. *JM International Journal of Marketing Management*. Volume 1
- Soliha, Euis. 2008. Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. 152(2). Vol.15 hal 128. Semarang: Universitas Stikubang.
- Sudjana,Asep. 2005. *Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Sugiarta, I. 2011. *Panduan Praktis dan Strategis: Retail Consumer Goods*, Jakarta: Expose (Mizan Group).
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran edisi kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Alit dan Sari, Dewa Ayu Taman. 2012. *Pengaruh Merchandising, Promosi dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali
- Sutisna, 2008. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Cetakan Kesebelas, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Utami, C.W., 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Yistiani, Ni Nyoman Manik., Ni Nyoman Kerti Yasa., dan I.G.A Ketut Gede Suasana. 2012. Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Departement Store Duta Plaza di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, Vol. 6(2) hal 147. Bali: Universitas Udayana.

Yulianti, Reni, Hardi dan Rusli. 2014. Pengaruh Kejelasan Sasaran Anggaran, Kesulitan Sasaran Anggaran, Pengendalian Akuntansi, dan Sistem Pelaporan terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. *JOM FEKON* Vol.1 No. 2 Oktober 2014.