

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. 2007. *A Strategic Management Approach, CSR*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Arum, S., dan Nurkhayati, I., 2013. "Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Cabang Banyumanik Semarang". *Teknis* Volume 8, Nomor 1.
- Anin, F, dkk. 2008. "Hubungan *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* terhadap Produk *Fashion* pada Remaja Putri". *Jurnal Psikologi*. Vol. 2.
- Anggraeni, J., Paramita, Patricia Dhiana, & Warso, M Mukery. 2016. "Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying". *Jurnal Of Management*, Vol. 2, No. 2.
- Bagaskara, A. K., & Ngatno, D. 2015. "Pengaruh Store dan In-Store Promotion terhadap Perilaku Impulse Buying".
- Barnejee, Sonali; Sunetra Saha. 2012. "*Impulse Buying Behaviour In Retail Stores-Triggering The Senses*". *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review* Vol. 1 No. 2.
- Belch, George dan Belch, Michael. 2009. *Advertising and Promotional: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Cannon, Pereault dan McCarhty. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 2 Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat
- Chuang, Chun-Ling; Hong-Lin Tian; Rong-Ho Lin. 2015. "*Integrating Certainly Effect and Noninteractive Social Influence into Impulse Buying*" *Social Behavior and Personality: An international journal*, Volume 43 No 5.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani, Rahma. 2010. "Studi Tentang *Impulse Buying* pada *Hypermart* di Kota Semarang" Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gudonaviciene; Alijosinene. 2015. "Visual Merchandising Impact on Impulse Buying Behaviour" *Social and Behaviour Science* 213, 635-640.
- Hartanto, H. 2008. "Pengaruh Faktor-Faktor *Store Environment* Dan Faktor-Faktor *Product Brand* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Di *Hypermart Ciputra World Surabaya*".
- Hetharie, J.A. 2012. "Peran Emosi Positif sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial terhadap *Impulse Buying Tendency* pada Matahari *Department Store* Kota Ambon". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 4(10).
- I, Sana, A. D., & Nugraheni, R. 2013. "Analisis Pengaruh *Display* Produk, Promosi *Below The Line* dan Emosi Positif terhadap Keputusan", 1–8.
- In, M.F., & Yulianto, E. 2016. "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif", 36 (1), 92-100.
- Irawan, Hadi. 2007. *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Iqbal, Azmiya et. al. 2011. *Visual Merchandising and Customer Appeal*, Bahrain: Birla Institute of Technology.
- Kasimin; Dhiana, Patria; Warso, Muh Mukery. 2014. "Effect of Discounts, Sales Promotion and Merchandising on Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto" Fakultas Ekonomi: Universitas Pandanaran Semarang.
- 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.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Melisa, Y. 2012. "Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh" *Jurnal Manajemen*, Volume 01, Nomor 01, September 2012.
- Mowen, J.C. and Minor, M., 2002. *Perilaku konsumen*. Alih Bahasa Lina Salim, Edisi Kelima. Jakarta: PT. Erlangga.

- MarkPlus. 2009. *MarkPlus Barsics*. Esensi. Jakarta.
- Pemayun, Tjokorda Istri Dwi Pradnyawati; Ni Wayan Ekawati. 2016. “Pengaruh Promosi, *Admosfer Gerai, dan Merchandise* terhadap Pembelian Impulsif pada *Hardy’s Mall Gatsu Denpasar*” E-Jurnal Manajemen, Volume 5 No 7.
- Putri, Yessica Tri Amanda; Muhammad, Edwar. 2015. “Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen *Giant Hypermarket* Diponegoro Surabaya” Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Surabaya.
- Rahmadi, M. 2014. “Pengaruh Lingkungan Toko dan Kecenderungan Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif”. *Jurnal Universitas Trisakti*, Vol. 7, No. 2, 221–246.
- Rahmawan, I. W., Kumadji, S., Kusumawati, A., Administrasi, F.I., & Brawijaya, U. 2013. “Pengaruh factor-faktor lingkungan toko terhadap pembelian impulsive”, Vol. 6, No. 2, 1-10.
- Rojabi, M.N., Dhewi, T.S. 2015. “Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Smesco Mart Al Hikam Malang)”, *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 20, Nomor 1, Maret 2015*, hlm 1 - 521–7.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI
- Utami, Okky Ratna dan Ni Made Rastini. 2015. “Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko pada *Impulse Buying* di *Hypermart Mal*” E-Jurnal Manajemen, Vol. 4, No 5.

- Waani, R. C. T., & Tumbuan, A. W. J., 2015. "*The Influence Of Price Discount, Bonus Pack and In-Store Display On Impulse Buying*", Vol. 1, No, 2, 1-13
- Wahyudi, Septian. 2017. "Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buying*"
Jurnal Valuta, Vol. 3, No. 2.
- Yulianto, H.E., Yulianto, E & Wilopo. 2013. "Pengaruh *Retail Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Pada Pusat Perbelanjaan", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 1 No. 2 April 2013, 186–194.