

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berman, Barry & Evans, Joel R. 2010. *Retail Management* (11th ed.) New Jersey: Prentice Hall.
- Chen, Han-Shen & Hsieh, Tsuifang. 2011. *The effect of atmosphere on customer perceptions and customer behaviour responses in chain store supermarkets*. African Journal of Business Management Vol.5(24).
- Dessyana, Cyndi Juwita. *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado*.
- Fuad, Muhammad. *Store Atmosphere dan Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Buku Gramedia Malang*.
- Haqqul, Nur. 2012. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Buku Togamas Cabang Malang)*. Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Achmad Ardi. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen yang Berbelanja di Giant Hypermarket, Mall Olympic Garden Kota Malang)*. Skripsi Universitas Brawijaya Malang.
- Komalasari, Ajeng Lela. 2008. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ngopi Doeloe Jl. Hasanudin No. 7 Bandung*. Skripsi Universitas Padjajaran Bandung.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing Management* (13th ed.) New Jersey: Prentice Hall.
- _____. 2012. *Marketing Management* (14th ed.) New Jersey: Prentice Hall.

- Kusumowidagdo, Astrid. *Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja (Studi atas Pengaruh Gender terhadap Respon Pengunjung Toko)*.
- Levy, Michael & Weitz, Barton A. 2004. *Retailing Management* (5th ed.) New York: Mc GrawHill.
- _____. 2012. *Retailing Management* (8th ed.) New York, America: McGraw-Hill/Irwin.
- Meldarianda, Resti & Lisan, Henky. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*.
- Mitchell, Natalie, Oppewa, Harmen & Beverland, Michael. 2009. *Great expectations: the power of store atmosphere and merchandise effects on customer's perceptions of a retail salesperson*.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Octaviani, Achirul. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Coffe Toffe Jatim Expo Surabaya*.
- Perdana, Aria Dharmadya. 2008. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Pada Pasar Swalayan Borma Dago Bandung*. Skripsi Universitas Padjajaran Bandung.
- Riduwan. 2011. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Purbayu Budi & Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*.
- Andi. Sekaran, Uma. 2007. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sharma, Arun & Stafford, Thomas F. *The effect of retail atmospherics on customer's perceptions of salespeople and customer persuasion: an empirical investigation*.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, Ujang 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel* (2nd ed.) Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Sofiana Putri. 2013. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Brand Image Giggie Box Cafe & Resto Bandung 2012 (Studi Kasus Giggie Box Cafe & Resto Pusat Jalan Progo)*. Skripsi Universitas Telkom Bandung.
- Zikumd, William. 2010. *Business Research Method 8th Edition*. Canada: Cengage Learning.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Ali, Asim dan Hasnu SAF. (2013). *An Analysis of Consumer's Characteristics on Impulse Buying: Evidence from Pakistan*. Jurnal Internasional.
- Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amir, M.Taufiq (2004). *Manajemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern*. Jakarta: Edisi Pertama, PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Banawa, Rangga Ekaputra. (2013). *Sales Promotion Menggunakan Price Discount dalam Mendorong Pembelian Impulsif Produk Jenis Minyak Goreng. (Survey terhadap Konsumen Minyak Goreng Di Carrefour Kota bandung)*. Skripsi.
- Cooper, David R. dan Emory, C. William. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid 1. Edisi ke 5. Jakarta : Erlangga.
- Engel, JF, R.D Blackwell dan P.W. Miniard. (1995). *Consumer Behavior* jilid 2 (terjemahan). 6th edition. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya

- I'sana, Allan Dwi. (2013). *Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below The Line, dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sri Ratu Pemuda Departement Store*. Skripsi.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. Global Edition 14e. England : Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Ma'ruf, Henry. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mulyono, Fransisca. (2012). *Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif*. Jurnal.
- Nurdiansyah, M. Dani. (2012). *Pengaruh Display dan Discount Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Toserba Selamat Cianjur*. Journal
- Riduwan. & Kuncoro. E. A.(2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Samael, Hatane. (2006). *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal
- Samosir, Freddy Donal NWT. (2009). *Analisis Pengaruh Antara Layout (Tata Letak) Terhadap Pembelian Impulsif Pada Outlet Indomaret Jamin Ginting*. Skripsi.
- Samson, Harland E. (1967) *Advertising and Displaying Merchandising*. Ohio: South Western Publishing Company.
- Santy, Raenni Dwi. Dan Izhariddin M. Ihsan. (2011). *Display Toko, Gaya Hidup dan Pembelian Impulsif (Penelitian Pada Konsumen Surf Inc Bandung)*. Jurnal.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarki, Husain Irshad. (2013). *Impact of Cultural Values and Life Style on Impulse Buying Behavior: A case study of Pakistan*. Jurnal Internasional

- Sarwono, Jonathan dan Martadireja Tutty. (2008). *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sharma, Alka, dan Nanda, Ankita. (2012). *Impulse buying at airport terminals: A case of Indian consumer*. Jurnal Internasional
- Sopiyah dan Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. ANDI : Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sunjono, et. al. (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung. CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. ANDI : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2003). *Strategi Pemasaran*. Edisi II. Andi. Yogyakarta.
- Utami, Fika, dan Sumaryono. (2008). *Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja*. Jurnal
- Verhagen, Tibert, dan Dolen van Willemijn. (2011). *The influence of online store beliefs on consumer online impulse buying: A model and empirical application*. Jurnal Internasional
- Winardi. (1998). *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Penerbit: Mandar Maju, Bandung.
- Yistiani, Ni Nyoman Manik. (2012). *Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Departement Store Duta Plaza Denpasar*. Skripsi.
- Yudatama, Aditya. *Pengaruh Store Image, Store Atmospheric, Store Theatrics, dan Social Factors Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Pada Luwes Pasar Swalayan Ungaran)*. Jurnal
- Yusrianti, Ade. (2008). *Pengaruh In-Store Promotion Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermarket*. Skripsi.
- Zikmund, William G., Babin, Barry J., Carr, Jon C., dan Griffin, Mitch. (2010). *Business Research Methods, Eight Editon*. Ohio: South Western, Cengage Learning