

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, Patricia Dhiana Paramita. 2016. Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Impulsif Buying di Butik Cassanova Semarang. *Journal Of Management*, Volume2 no 2
- Arifianti, Ria. 2013. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Impulse Buying pada Hypermarket di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran UNPAD*.
- Berman, Barry and Joel R. Evans. 2007. *Retail Managemen*. Prentice Hall, New Jersey.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Febriana, Fatma Citra.2017. Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Toko Kompas Ngronggo Kota Kediri. *Simki- Economic*, Vol.01, No. 11..
- Herukalpiko, D. K., Prihatini, A. E., & Widayanto, W. (2014). Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1),132-140.
- J.Setiadi, Dr. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif,Tujuan,dan Keinginan Konsumen*. Jakarta
- Kotler, Philip.2009. *Manajemen Pemasaran*.Erlangga, Jakarta. Lupiyoadi. 2013.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat , Jakarta Ma'ruf, Hendri. 2005.*Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka. Jakarta
- Rahmayanti, B. A. (2015). Pengaruh persepsi store atmosphere terhadap pembelian impulsif yang dimediasi oleh emosi positif pada konsumen di Malang Town Square (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Verplanken, Bas. & Astrid Herabadi. 2001. Individual Differences in Impulsif Buying Tendency: Feeling and no Thinking. *European Journal of Personality*. Volume 15, Issue S1
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta. Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Salemba Empat, Jakarta.

Wijaya, C. A. (2014). PENGARUH ATMOSFER TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Survei pada Konsumen yang Melakukan Pembelian Impulsif pada Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1

