DAFTAR PUSTAKA

Adeningsi Utami, Dwi (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Pengambilan Keputusan Mahasiswa Mendaftar di Universitas Telkom (Studi Pada Mahasiswa Program Studi S1 Teknik Telekomunikasi Angkatan 2016) Diterbitkan* [Online]. http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id [3 september 2017[.

Alfamartku. 2017. *Sejarah Alfamart.* Diakses pada 17 Oktober 2017 dari sumber www.Alfamartku.com

Alfamartku. 2017. *Struktur Organisasi Alfamart.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari www.Alfamartku.com

Ali, Hasan . 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta

Aprindo. 2016. *Pertumbuhan Omzet Rotel Nasional.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Aprindo.com

Aprindo. 2017. *Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Aprindo.com

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2014-2015. *Jumlah Penduduk Indonesia.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari BPS.com

Badgaiyan Jyoti, Anan. (2016). *Impulsive buying tendency: Measuring important relationships with a new perspective and an indigenous scale.* Received 4 May 2014; revised 15 February 2015; accepted 26 August 2016; available online 6 September 2016.

Basith. Abdul (2015). Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Pembelian Impulisf Pada Mor Store Jalan Sunda Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.2*

Beritasatu. 2016. *Penjualan Ritel Internasional.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Beritasatu.com

Berman, Barry dan Joel R. Evans. 2012. Ratail Management: A Strategic Approach. Upper Saddle River: Prentice Hall Intl,Inc

Binta, Rumondang. (2017). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Di Hypermarket Carrefour Kiaracondong Bandung. Diterbitkan [Online]. http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id [3 september 2017].

Christina Widya, Utami. 2012, *Manajemen Ritel*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.

CreditCards. 2016. *Faktor Pembelian Impulsif.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari CreditCards.com

Detik.com. 2015. *Perkembangan Ritel di Indonesia.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Detik.com

Detik.com. 2015-2016. *Alfamart mengalami kenaikan pendapatan yang cukup drastis dari tahun 2015-2016*. Diakses pada 17 Oktober 2017 dari Detik.com

Fitriana, Ana. (2016). *Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomart Pontianak.* Jurnal of Applied Intelligent System,Vol. 1, No. 2

Fitriana. Ana (2016). *Analisis Pengaruh Display Interior Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indomaret Pontianak. Journal Of Applied Intellegent SystemVol. 1, No. 2.*

Gustar Nurhana, Tiara (2016). *Analisis Faktor Faktor Determinan Keputusan Pembelian Mie Instan Di Kota Bandung.* Diterbitkan [Online]. http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id [3 september 2017].

Indrawati. (2015).*Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.

Kompas. 2016. *Bisnis ritel di Indonesia masih menjanjikan tak hanya bagi produsen lokal namun asing.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Kompas.com

Kotler, Philip & Armstrong, Gary.(2012). Principles Of Marketing. United States. Prentice-Hall.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Edisi 13, Erlangga.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Edisi 13, Erlangga.

Kusumowidagdo, Astrid. (2012). *The Impact of Atmospheric Stimuli of Stores on Human Behavior*. Behaviour Studies(cE-Bs), Faculty of Architecture, Planning & Surveying, Universiti Teknologi MARA, Malaysia Open access under CC BY-NC-ND license.

Liputan6. 2014. *Alfamart adalah salah satu perusahaan ritel (peritel) terbesar di Indonesia*. Diakses pada 17 Oktober 2017 dari Liputan6.com

Liputan6. 2016. *konsumsi masyarakat Indonesia pada tahun 2016*. Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Lupitan6.com

Mulyono, Fransisca. 2012. *Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif.* Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8, No. 1

Mulyono. Fransisca (2012). *Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif***.** *Jurnal Administrasi Bisnis (Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Bisnis) No. 1 / Vol.8.*

Nidjo Sandjojo, 2011. *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*, Cetakan Pertama. Jakarta, Penerbit Pustaka Sinar Harapan.

Nielsen Retail Audit Alfamart. 2015. *Pertumbuhan Penjualan FMCG Menurut JenisProduk.* Diakses pada 18 Oktober 2017 dari Alfamartku.com

Riskianto, Hendi (2015). *Pengaruh Store Atmosfer Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen 3Second di Trans Studio Mall Bandung).* Diterbitkan [Online]. http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id [3 september 2017].

Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai*: Himpunan Jurnal Penelitian.Yogyakarta: CV Andi

Seinauskiene dkk, Baeta. (2015). *The relationship of happiness, impulse buying and brand loyalty*. Kaunas University of Technology, K. Donelaicio str. 20-427, LT-44239 Kaunas, Lithuania.

Sugiono. 2017. *Penelitian kuantitatif dan kualitatif.* Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta. Darmawan. Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D).* Bandung: Alfabeta.

Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama

Sujana, Asep ST. 2013. Manajemen Minimarket. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).

Sujarweni, Wiratna. 2015. SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Sunyoto, Danang, 2013. *Perilaku Konsumen*, CAPS (Center of Academy Publishing Service), Yogyakarta.

Turkyilmaz Aysuna, Cedya. (2015). *The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying. aMarmara University, Ressam Namik İsmail Sok. No:1,Bahcelievler/Istanbul,34180, Turkey.*

Wathani, Fikrah. 2009. *Perbedaan kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender*. Skripsi. USU Reposity

Yistiani. Manik dkk (2012). Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hendonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Departement Store Duta Plaza Di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Vol.6, No. 2,*

Tambunan, Tulus. 2001. *Perekonomian Indonesia : Teori dan Temuan Empiris.* Jakarta : Ghalia Indonesia