

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Hui, P., Khan, M.K., Hashim, M., & Rasheed, S. (2016). *Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables. International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, 9(7), 43-60.
- Aliagha, G.U., Qin, Y.G., Ali, Khaerunnita., & Abdullah, M.N. (2015). *Analysis of Shopping Mall Attractiveness and Customer Loyalty. Jurnal Teknologi*, 74(2), 15- 21.
- Aminudin (2015). *Semantik: Pengantar Studi Tentang Makna*. Bandung: Sinar Baru Algensido
- Amir, Faishol. (2015). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Cosmic Clothing Store*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(8), 1-18.
- A, Morissan M. (2014). *Metode Penelitian Survey*. Cet-2. Jakarta: Kencana
- Asuquo, E.E., & Igbongidi, P.B. (2015). *Retail Store Merchandise Assortment and Display and Their Influence on Cunsomer Impulse Buying Behaviour in North- West Nigeria. British Journal of Marketing Studies*, 3(5), 49-60.
- Ahmad, U. (2017). *Consumer goods fast moving consumer*. Diambil dari: <http://fairetail29.blogspot.com/2017/11/consumer-goods-fast-moving-consumer.html>. (Akses: 10 Oktober 2019)
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2016). *Kota Bandung Dalam Angka 2016* (pp. 155). Bandung. Diambil dari: <https://ppid.bandung.go.id/knowledgebase/kota-bandung-dalam-angka-tahun-2016>. (Akses: 13 Oktober 2019)
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2017). *Kota Bandung Dalam Angka 2017* (pp. 169). Bandung. Diambil dari: <https://bandungkota.bps.go.id/index.php/publikasi/224>. (Akses: 13 Oktober 2019)
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2018). *Kota Bandung Dalam Angka 2018* (pp. 155). Bandung. Diambil dari: <https://bandungkota.bps.go.id/publication/2018/08/16/kota-bandung-dalam-angka-2018.html>. (Akses: 22 Oktober 2019)
- Beautynesia. (2018). *Supermarket Mana Yang Paling Murah Menurut Kamu*. Diambil dari: <https://beautynesia.id/26864/article/life/forum-buat-yang-hobi-belanja-supermarket-mana-yang-paling-murah-menuru>. (Akses : 5 Desember 2019)
- Beritagar. (2016). *Generasi Milenial Yang Gembar Berbelanja*. Diambil dari: <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/memahami-generasi-milenial-yang-gemar-berbelanja>. (Akses : 28 November 2019)

- Berman, B. & Evans, J.R. (2013). *Retail Management; A Strategic Approach* (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Bisnis. (2019). 2019, Bisnis ritel diperkirakan tumbuh 10%. Diambil dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190107/12/876089/2019-bisnis-ritel-modern-ditarget-tumbuh-10>. (Akses : 10 Oktober 2019)
- BPHN. (2008). Peraturan Presiden No 112 Tahun 2007. Diambil dari: <http://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112.pdf>. (Akses : 28 September 2019)
- Cermati. (2018). *5 Alasan Kenapa Banyak Orang Beralih Berbelanja Online*. Diambil dari: <https://www.cermati.com/artikel/5-alasan-kenapa-banyak-orang-beralih-ke-belanja-online/>. (Akses : 28 November 2019)
- Durianto, Darmadi (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Elliott, G., Thiele, S.R., & Waller, D. (2012). *Marketing* (2nd ed.). Australia: John Wiley & Sons
- Ferdinand, Augusty (2013). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fure, Hendra. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehari Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273-283.
- Ghiffari, A.F. (2016). *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Strategi Produk dan Desain Atmosfer Toko Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Toko Musik K- Musik Imogiri-Bantul Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Girsang, P.J., & Widodo, A. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere dan Product Assortment Terhadap Minat Beli Pada The Secret Factory Outlet Bandung*. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Google. (2019) *Borma Toserba Kota Bandung*. Diambil dari: [https://www.google.com/search?safe=active&sxsrf=ACYBGNR6XMHHXStnPikR3-o8shejDd-TNQ:1578891153171&q=borma+toserba+kota+bandung&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rlag=-6905424,107600154,3740&tbm=lcl&ved=2ahUKEwj6msvy4__mAhXCXSSKHR77C0IQjGp6BAgKEDo&tbs=lr:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:10&rlfdoc=1#rflfi=hd::;mv:\[\[-6.867212599999999,107.720105699999999\],\[-6.9734743,107.5423637\]\];tbs:lr:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:10](https://www.google.com/search?safe=active&sxsrf=ACYBGNR6XMHHXStnPikR3-o8shejDd-TNQ:1578891153171&q=borma+toserba+kota+bandung&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rlag=-6905424,107600154,3740&tbm=lcl&ved=2ahUKEwj6msvy4__mAhXCXSSKHR77C0IQjGp6BAgKEDo&tbs=lr:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:10&rlfdoc=1#rflfi=hd::;mv:[[-6.867212599999999,107.720105699999999],[-6.9734743,107.5423637]];tbs:lr:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:10). (Akses : 6 Desember 2019)

- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Hashmicro. (2018). *Teknologi Ritel Populer*. Diambil dari: <https://www.hashmicro.com/id/blog/teknologi-ritel-populer-2018/>. (Akses : 28 November 2019)
- Hendra Fure. (2013). Lokasi, Keberagaman Peroduk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol.1 ISSN 2303-1174*
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Hsu, Yi & Pham, Huong. (2015). *Effect of Reference Pricing on Customer Purchasing Intention*. *International Review of Management and Business Research*, 4(4), 1156-1170.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35-43.
- Ilmuekonomi. (2018). *Pengertian Lini Produk Dan Bauran Produk Beserta Contoh*. Diambil dari: <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/10/pengertian-lini-produk-dan-bauran-produk-beserta-contoh.html>. (Akses : 28 November 2019)
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi* (p. 169). Bandung: PT. Refika Aditama
- Investopedia. (2019). *Fast Moving Consumer Goods*. Diambil dari: <https://www.investopedia.com/terms/f/fastmoving-consumer-goodsfmcg.asp>. (Akses : 10 Oktober 2019)
- Jacob, Syarmadi. (2017). *Eksis di Bisnis Ritel*. Cimahi: PT. Trim Komunikata
- Karyatie, Nindya. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Giant Ekstra Kenten Palembang*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
- Kompas. (2019). *Mahasiswa Dan Gaya Hidup Konsumtif*. Diambil dari: <https://muda.kompas.id/baca/2019/03/05/mahasiswa-dan-gaya-hidup-konsumtif/>. (Akses : 28 November 2019)
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principle of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Published
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc

- Kuncoro, & Riduwan. (2014). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Cetakan ke-6. Bandung: Alfabeta
- Levy, M. & Weitz, B.A. (2012). *Retailing Management* (9th ed.). New York: McGraw- Hill/Irwin
- Liwe, Farli. (2013). *Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado*. *Jurnal EMBA*, 2(4), 2107-2116. Retrieved from Universitas Sam Ratulangi Manado
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Morissan, M.A. (2014). *Periklanan – Komunikasi Pemasaran Terpadu* (cet. ke-3). Jakarta: Prenada Media Group
- Marhamah., *et all.* (2016). *Pengaruh Faktor-faktor Pembentuk Perilaku Konsumen Terhadap Niat Perilaku Konsumen Pada Belanja Online (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone di Jawa Barat)*. *e-proceeding of Management*, 3(2), 969- 976
- Meldarianda dan Lisan. (2012). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Niat Beli pada Resosrt Café Atmosphere Bandung*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Universitas Kristen Maranatha Bandung
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Natalia, Lia. (2013). *Analisis Faktor Persepsi yang Mempengaruhi Minat Konsumen untuk Berbelanja pada Giant Hypermart Bekasi*. *Jurnal Skripsi Jurusan Manajemen*, Vol.1, No.2.
- Priansa, Donni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: PT. Alfabeta
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Gava Media
- Prasetyo, R.A., & Wibowo, A. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 4(2). Retrieved October 10, 2019, from <http://journal.student.uny.ac.id/jurnal/artikel/11973/50/1229>
- Putra, N.E. (2011). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Wadezig Distro Kota Padang*. Skripsi pada Universitas Andalas
- Rizky, M.F., & Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 14(2), 135-143.
- Rizki, R.N., & Wardhana, A. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Caffé Bene Bandung*. *e-Proceeding of Management*. 3(2), 2067- 2075. Retrieved October 10, 2017, from

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116636/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-minat-beli-konsumen-pada-caffe-bene-bandung.html>

- Sangadji, E.M & Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Andi
- Sanusi, Anwar. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis* (cet. ke-3). Jakarta: Salemba Empat
- Saptono, H.A. (2014). *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Rumah Warna Galeria Mall Yogyakarta*. Skripsi pada Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Sari, Ratih Kumala. (2016). Kecenderungan Perilaku *Compulsive Buying* (Pembelian Kompulsif) Pada Usia Remaja Akhir di Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 4(4), 361- 372
- Sekaran, Uma. (2014). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat
- Serba Bandung. (2015). *Toserba Borma*. Diambil dari: <https://www.serbabandung.com/toserba-borma/html>. (Akses : 10 Oktober 2019)
- Singh, P., Katiyar, N., & Verma, G. (2014). *Retail Shoppability: The Impact Of Store Atmospherics & Store Layout On Consumer Buying Patterns*. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 3(8), 15-23.
- Sociolla. (2019). *5 Alasan Mengapa Wanita Lebih Suka Berbelanja Dibandingkan Dengan Pria*. Diambil dari: <https://journal.sociolla.com/lifestyle/5-alasan-wanita-lebih-suka-berbelanja>. (Diakses Pada 30 November 2019)
- Sofian. (2017). *Metode Penelitian Survei*. In Sofian, *Metode Penelitian Survei* (p. 125). Jakarta: LP3ES
- Suci, Citra. (2015). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1).
- Sudjana, Nana. (2012). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiarto, B.U., & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran Petra*, 2(1).
- Sugiyono. (2014 Bi). *Metode Penelitian snis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R dan D, dan Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Suhartanto, Dwi, Tjetjep Djatnika, Ruhadi & Ni Nyoman Triyuni. (2017). *Ritel*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service)
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (cet. ke-2). Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Surya, Ahmad. (2014). *Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Convenience Store 7-Eleven Ciputat)*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Supply Chain*. (2012). *Fast Moving Consumer Goods*. Diambil dari: <http://supplychainindonesia.com/new/fast-moving-consumer-goods-fmcg-2/> (Diakses Pada 3 Oktober 2019)
- Stanton, William J. (2012). Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Utami, Christina Whidya (2014). *Manajemen Ritel; Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat
- Zeithaml, V., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2013). *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc
- Zikmund, & Babin. (2013). *Essentials of Marketing Research -5/E*. In Zikmund, & Babin, *Essentials of Marketing Research -5/E* (p. 356). China: South-Wester Cengage Learning