

DAFTAR PUSTAKA

- A.T. Kearney (2017, 6 Juni). *Berapa Nilai Penjualan Ritel Indonesia?*. Retrieved from <http://databoks.katadata.co.id> (Akses: 20 September 2017).
- Berman dan Evans, 2010. “*Retail Management*”. 12th Edition. Jakarta; Pearson.
- Devi, K., & Sri, R. (2014). Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Shopping Emotion* Dan *Impulse Buying* Pada Giant Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Volume 6*.
- Erika, Risa (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap *Shopping Emotion* Dan *Impulse Buying* Pada Supermarket Halimah Lytech Home Batam Centre.
- Hidayat, Agung (2017, Mei 22). Miniso agresif menambah toko di Indonesia. [Kontan.co.id](http://m.kontan.co.id) [Online]. Retrieved from : <http://m.kontan.co.id/news/Miniso-agresif-menambah-toko-di-indonesia>. [Akses: 11 Januari 2018]
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati, d. (2017). *Perilaku Konsumen Individu*. Bandung: Refika Aditama.
- Irzal, Roby (2018). Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Shopping Emotion* dan *Impulse Buying*. *Jurnal Ecodemica Volume 2*.
- Katadata.co.id. *Indonesia Masuk Daftar 10 Pasar Ritel Teraktraktif*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id> (Akses: 20 September 2017).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, Albert (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Latan, H., & Tamalagi, S. (2011). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Melysa, Della (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.

- Miniso (2013). *Brand Profile, Brand Origin, Brand Philosophy, Brand Life, dan Product. Miniso Japan*. Retrieved from website: www.miniso.com (Akses: 17 September 2017 & 9 Oktober 2017).
- Netty, M., & Aditya, W. (2015). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Kopi Bandung. *E-Proceeding Of Management Volume 2*.
- Purwanto, Dwi (2018). Pengaruh *Gender*, Promosi Penjualan Dan Sifat Materialisme Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Secara Online.
- Rahmalita, Fatiha (2018). *The influence of web quality and sales promotion toward impulse buying behavior with openness personality as moderating variable. Journal of Accounting Management and Economics Volume 20*.
- Sari, Devid Ulva (2017). Pengaruh *Price Discount, Sales Promotion*, dan *In-store Display* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* pada PT Matahari Departement Store Tbk Panakkukang Makasar.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Djatnika, T., Ruhadi, & Triyuni, N. N. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

- Supriono (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying. *Journal of Applied Business Administration Volume 2*.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syafitri, R., & Anik, L. (2016). Pengaruh *Store Atmosfer* Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Riset Ekonomi & Manajemen Volume 16*.
- Turley, L. W. and Milliman, R. E., 2000. *Atmospheric Effects on Shopping Behavior: a Review of the Experimental Evidence*. *Journal of Business Research*, 49(2), pp. 193-211.
- Utami, Christina Whidya (2014). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Vikario (2017). *Influence Of Price Discount And Sales Promotion On Impulse Buying Azwa Perfume Pekanbaru*. *Jom Fisip Volume 4*.
- Wahyu, Eko (2016). Pengaruh *Store Atmosphere*, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16*.
- Weerathunga & Pathmini (2015). Impact Of Sales Promotion On Consumer's Impulse Buying Behaviour (Ibb) Study In Supermarkets In Anuradhapura City.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka Setia.