

DAFTAR PUSTAKA

- Baker Julie., A. Parasuraman, Dhruv Grewal and Glenn B. Voss. 2002. "The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Merchandise Value and Patronage Intentions". *Journal of Marketing Volume 66* : 120-141.
- Boyd, Harper W., Orville C. Walker dan Jeane C. Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Budi, Leonardo. 2015. "Pengaruh Stimulus Store Environment Terhadap Impulse Buying Dengan Emotional Response Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer Volume 1 Nomor 2*.
- Coley, Amanda and Brigitte Burgess. 2003. Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management Volume 7 Nomor 3*: 282-295.
- Engel, JF., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Ferdinand, A. 2005. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural: Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hawkins, Del. I, Roger J. Best dan Kenneth A. Coney. 2004. *Consumer Behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill.
- Hetharie, Jondry Ardin. 2012. "Peran Emosi Positif Sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko Dan Faktor Sosial Toko Terhadap Impulse Buying Tendency Pada Matahari Department Store Kota Ambon". *Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 10 Nomor 4*.
- Hoyer, Wayne D dan Deborah J. MacInnis. 2008. *Consumer Behaviour*. South-Western Cengage Learning.
- Kacen, Jaqueline And Julie Anne Lee. 2002. The Influence Of Culture On Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Consumer Psychology Volume 12 Nomor 2*: 163-176.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Denny dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. "Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store

- Cabang Supermall Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Volume 1 Nomor 2:1-8*
- Kurniawati, Devi dan Sri Restuti. 2014. “Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying Pada Giant Peka Baru”. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Volume 6 Nomor 3*
- Kusumawidagdo, Astrid. 2010. “Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja (Studi Atas Pengaruh Gender Terhadap Respon Pengunjung Toko)”. *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 3 Nomor 1: 17-33*.
- Kwan, Oky Gunawan. 2016. “Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 10 Nomor 1: 27-34.
- Mattila, Anna S. Dan Wirtz Jochen. 2007. “The Role of Store Environmental Stimulation And Social Factors on Impulse Purchasing”. *Journal of Services Marketing*.
- Mosse, J. Cleves. 1996. *Gender dan Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Rifka Annisa Women Crisis Centre.
- Mulyono, Fransisca. 2012. “Faktor Demografis Dalam Pembelian Impulsif”. *Jurnal Administrasi dan Bisnis Volume 8 Nomor 1: 88-105*.
- Park, E.J., Eun Yong dan Forney, J.C. 2005. A Structural Model of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management Volume 10 Nomor 4: 433-446*.
- Pelsmacker, Patrick D., Maggie Geuens dan Joeri V. B. 2007. *Marketing Communications: A European Prespective*. England: Pearson Education.
- Peter, J Paul dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. 2014. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J Paul dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. 2013. Jakarta: Salemba Empat.
- Prisgunanto. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ristiyanti. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Dan Promosi*. Jakarta:Erlangga.
- Sinaga, Ingrid., Suharyono dan Srikandi Kumadji. 2010. “Stimulus Store Environment Dalam Menciptakan Emotional Response dan Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying”. *Jurnal Profit Volume 6 Nomor 2*.

- Soelasih, Yasintha. 2011. "Pengaruh Stimuli Lingkungan Dan Fasilitas Pembayaran Terhadap Tingkat Emosi Konsumen". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Volume 15 Nomor 2*.
- Sophiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penetapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indah.
- Suryani, Tatik. 2008. "Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran". Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Utami, C. W. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel*. Jakarta: Salemba 4.
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba empat.
- Wardaugh, R. 2002. *An Introduction to sociolinguistics*. Oxford: Blackwell Publisher.
- Xu, Yingjao. 2007. "Impact of Store Environment on Adult Generation Y Consumer on Impulse Buying" *Journal of Shopping Center Research Volume 14 Nomor 1: 39-56*.
- <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/12/28/aprindo-pertumbuhan-industri-ritel-tahun-ini-sebesar-10-persen>. (Diakses pada 24 Desember 2016)
- <http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern>. (Diakses pada tanggal 26 Desember 2016)
- <https://mds.mataharimall.com> (Diakses pada 3 Januari 2017)
- <http://sejarahritelmodern.blogspot.co.id/2017/01/>