

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Hashim, M., dan 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 Vol.9*, No. 7: 43-60
- Alfarizi, R. A., Rachma, N., dan Hufron, M. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Superindo Tlogomas Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen Vol. 8*, No. 9: 75-87
- Barnes, L., and G. Lea-Greenwood. 2006. Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management* 10, no. 3: 259–71.
- Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hill
- Berman, B., Joel R. Evans dan Patrali Chatterjee. 2018. *Retail Management: A Strategic Approach*. United Kingdom: Pearson Education
- Bhardwaj, V., dan Fairhurst, A. 2010. Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research Vol. 20*, No. 1, 165–173
- Bulan, T. P. L., Rizal, M., dan Widayanti, T. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Toko Makmur

Swalayan Di Kota Langsa. NIAGAWAN Vol 8, No 1. DOI:
<https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12803>

Cannon, J. P., Perreault, W. D., dan McCharty, J. 2009. *Pemasaran Dasar, Edisi 6*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Chaudhuri, A., 2006. *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. UK: Elsevier.

Christopher, M., Lawson, R. and Peck, H. 2004. Creating agile supply chains in the fashion industry. *International Journal of Retail and Distribution Management* 32, no. 8: 367–76

Diah, A. M., Pristanti, H., Aspianti, R., dan Syachrul. 2018. The Influence of Hedonic Shopping Value and Store Atmosphere and Promotion of Impulse Buying through Positive Emotion on the consumer of Sogo Department Store in Samarinda. *Advances in Economics, Business and Management Research, Vol 75* : 103-108

Fazri, A. F., Arifin, R., dan Primanto, A. B. 2020. Pengaruh Visual Merchandising, Kualitas layanan, Kualitas Layanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi Pada Pembeli Toko Paradise. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Vol 09, No 08* : 53-71

Fernie, J., and L. Sparks. 1998. *Logistics and retail management, insights into current practice and trends from leading experts*. London: Kogan Page.

Hawkins. 2010. *Consumer Behavior*, 11th Edition. New York: Tata McGraw Hill Edition.

- Ghozali, Imam dan Latan. 2015. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Isnaini, M., dan Rahmidani R., 2021. Pengaruh Store Atmosphere dan Price Discount dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Produk Fashion. *Jurnal EcoGen* Vol. 4 No. 1, Page 10-24
- Kauffman, Hans Ruediger dan Fateh, Mohammad. 2013. *Customer-Centric Marketing Strategies*. United State of America: Business Science Reference
- Kotler, P.. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Edisi 9. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P.. (2005). *Manajemen Pemasaran. (Terjemahan Benyamin Molan)*. Jilid 1. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Manajemen*. England: Pearson Education Limited.
- Lantos, G. P. 2011. *Consumer Behavior in Action*. New York: M.E. Sharpe
- Levy, M., and Weitz, Barton. 2001. *Retailing Management*. (3 rd ed). Boston : Irwin / McGraw-Hill.
- Ma'ruf, H. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Noor, Z.Z. 2020. The Effect Of Price Discount And In-Atmosfer toko On *Impulse Buying*. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol.22 No.2 :133-139
- Peter, P., dan Jerry C. Olson. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, ninth edition. New York: McGraw-Hill Irwin

- Rahman, A.. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta Selatan: TransMedia.
- Robbins, Stephen P., Timothy A. Judge dan Bruce Millet. 2010. *OB: The Essentials*. Australia: Pearson Australia Group
- Rosyida, Syafitri dan Anjarwati A. L. 2016. Pengaruh Store Atmosfer Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 16, No 1 : 105-127
- Saputro, B. I. 2019. Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 16, No 1 : 35-47
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiarto, Eko. 2017. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif : Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta : Suaka Media
- Sumarwan, U dan Fandy Tjiptono. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT Penerbit Ghalia Indonesia
- Sumarwan, U dan Fandy Tjiptono. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Utami, W. Christina. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat

West, James L. W. 2011. *American Authors and the Literary Marketplace since 1900*. Philadelphia: University of Pennsylvania