

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, Barny & Joel R Evans. 2012. *Retail management : A Strategic Approach*. Macmillan Publishing Company.
- Bob Foster, 2012. *Manajemen Ritel*. Alfabeta, Bandung
- Buchori Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Christina Widya Utami. 2010. *Manajemen Ritel (edisi 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandy Tjiptono, 2014, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Hendri Ma'ruf, 2015. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.
- Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, 2013. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda karya, Bandung
- Husein Umar. 2011. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2016. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, Global Edition, Publishing as Prentice Hall
- Levy & Weitz, 2011. *Retailing Management*. Edisi Ketujuh. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Malayu.SP. Hasibuan, 2013. *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L, 2011, *Perilaku Konsumen*, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indeks
- Shimp, T. A., 2013., *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, USA: Stratford publishing
- Sofjan Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2016, *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung

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

Suharsimi Arikunto. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Jurnal :

Astrid G Herabadi, Bas Verplanken, dan Ad van Knippenberg. 2013, "Consumption experience of im-pulse buying in Indonesia:Emotional arousal and hedonistic considera-tions", *Asian Journal of Social Psychology*, Vol. 12, pp. 20-31.

Ismah Muthiah, dkk (2018) Pengaruh visual merchandising, display product, dan Store atmosphere terhadap perilaku impulse buying (studi kasus : konsumen matahari department store di Kota makassar). *HJABE Vol. 1 No. 2 April 2018*

Muthiah, dkk (2018) Pengaruh visual merchandising, display product, dan Store atmosphere terhadap perilaku impulse buying (studi kasus : konsumen matahari department store di Kota makassar). *HJABE Vol. 1 No. 2 April 2018*

Marcella Engelin Pontoh, dkk (2017). Pengaruh Display Produk dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1823–1833 ISSN 2303-1174*.

Novaldi Sixnalda Putra, 2015. The Influence Of Interior Display Against Impulsive Buying On Consumers Indomaret Poin Dipatiukur Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.2 Agustus 2015 | Page 1508. ISSN : 2355-9357*

Supriono (2018), Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi pada Pengunjung Mall di Kota Malang). *Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 109-115. e-ISSN:2548-9909*

Tellis, Gerard J and Doyle L. Weiss, (2013), Does TV Advertising Realy Affect Sales? The Role of Measures, Models and Aggregation, *Journal of Advertising, Fall, Volume XXIV, Number 3*

Wibowo, Ricky & Edwin Japariato. (2013). Pengaruh Retail Mix Terhadap Minat Beli Pada Keraton Departemen Store, 1(1), 1-12.

