

Daftar Pustaka

- Anggraini Dkk., 2016, Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang, *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis, Unpand, Vol. 2 No 2*.
- Arikunto S., 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi), Rineka Citra, Jakarta.
- Astuti Tri R., 2014, Analisis Pengaruh Variabel Atmosfer Toko, Promosi dan Pelayanan Pramuniaga Terhadap Impulse Buying Pada Kelas Konsumen Baru di Kota Semarang, *Jurnal Manajemen dan Organisasi Universitas Diponegoro, Vol. 11 No 2*.
- Azwar S., 2007, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, edisi ke 2, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Berman B. Dan Evans, J.R., 2010, *Retail Management a strategic approach*, Prentice Hall, United States of America.
- Engel J.F., R.D Blackwell, dan P.W Miniard., 2003, *Perilaku Konsumen*, Edisi ke 6. Jilid 1, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono., 2008, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- _____, 2011, *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Banyumedia Publishing, Jawa Timur.
- Ferdinand A., 2006, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ke 4, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartono J., 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Edisi ke 6, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler dan Keller., 2012, *Manajemen Pemasaran*, Jilid ke 2, Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Lovelock C., Wirtz, J., & Mussry, J., 2010, *Pemasaran Jasa*, Erlangga, Jakarta.
- Ma'ruf H., 2006. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka. Jakarta
- Mowen J. C., & Minor M., 2004, *Perilaku Konsumen*, Erlangga. Jakarta.

- Pemayun P dan Ekawati W., 2016, Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy's Mall Gatsu Denpasar, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 5 No 7.
- Peter P.J., dan J.C., Olson,. 2013, *Consumer Behaviour & Marketing Strategy, Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi Kesembilan Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Putri Dkk., 2015, Pengaruh Store Atmosphere dan Pelayanan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store Plaza Simping Lima Semarang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Undip*, Vol. 4 No 4.
- Rahmawati A Dkk., 2017, *Statistika*. Badan Penerbit Universitas Muhammadiyah, Edisi IV, Yogyakarta.
- Sari T dan Suryani A., 2014, Pengaruh Merchandising, Promosi dan Atmosfer Toko Terhadap Impulse Buying, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 3 No 4.
- Sekaran Uma., 2006, *Research Of Methods For Business*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono., 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ALFABETA, Bandung.
- Temaja Dkk., 2015, Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store di Kota Denpasar, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 4 No 6.
- Utami, Christina Whidya,. 2008, *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*, Bayumedia Publishing, Malang.
- _____, 2010, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat. Jakarta.
- Yistiani Dkk., 2012, Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza di Denpasar, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 6 No 2.
- <http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/> diakses pada tanggal 6 April 2017.