

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berman and Joel R. Evan. 1992, *Retail Management: A Strategic Approach*. Fifth Edition. USA: Macmillan Publishing Company.
- Fatimah, Fauzi A, Hidayat K. 2015. "Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.28 No. 2 November 2015*. Malang: Universitas Brawijaya
- Ghozali, I. (2011). *Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hawkins, Del I., Roger J. Best, and Kenneth A. Coney. 2007. *Consumer Behaviour. Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill
- John C. Mowen, Michael Minor. 2002, *Perilaku Konsumen (Jilid 1)*, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta. hal 312
- Ksatria, B. A. 2017. "Pengaruh Atmosphere Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening". Yogyakarta: Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.
- Fitri. Q dan Lestari P, U. "Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Pada Bread Talk Surabaya Plaza". *Jurnal Ebis, Volume 7 Nomor 1 2015*. Surabaya.
- Levy, Barton Weitz. 2001. *Retailing Management*. Internasional Edition. Edisi 4 New York: McGraw-Hill.
- Nofiawaty, Yuliandi B. 2014. "Pengaruh store Atmosphere Terhadap Pembelian Konsumen pada Outlet Nyenyek Palembang". *Jurnal Manajemen Sriwijaya Vol.12 No. 1Maret 2014*. Palembang: Dosen dan Alumni Ekonomi Universitas Sriwijaya Jurusan Manajemen
- Peter Paul dan Jerry Olson 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Diah Tantri Dwiandani. Jilid 1 Ed. 9 Jakarta: Salemba Empat.
- Peter dan Olson. 2014. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. Edisi Kesembilan. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Pragita, A. A, Fauzi, A, dan Kumadji, S. 2016. "Pengaruh Store Atmosphere (suasana toko) Terhadap Emosi dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian". *Jurnal Profit Volume 7 No.1*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

- Pramatya V, Najib M, dan Nurrochmat, R. D. 2015. “Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi dan Keputusan Pembelian Ulang”. *Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol.12 No.2, Juli 2015*. Bogor: Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
- Rinaldi U, Barata J, Ekobelawati F. “Pengaruh Suasana Toko Terhadap keputusan Pembelian Konsumen”. Pontianak: STIE Indonesia Pontianak, ASMI Pontianak
- Syahputra, E. D. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store. *Jurnal ilmu manajemen Volume 4, Nomor 11, November 2015*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESA)
- Sulistiorini, I. 2017. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada EraMart Tenggara Samarinda”. *eJournal Administrasi Bisnis, Volume 5, Nomor 2, 2017:511-520*. Samarinda: Mahasiswa Program S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman
- Sekaran, Uma. (2014). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solomon, R. Michael. 2010. *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Fourth Edition. New Jersey:PrenticeHall
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tunjungsari, V. S, Fauzi A, dan Mawardi, K. M. 2016. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Emosi serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 30 No. 1 Januari 2016*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
- Utami, 2018. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel*. Modern. Jakarta: Salemba Empat