

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Fandy, T., & Greforius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Dalam T. Fandy, & C. Greforius, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)* (hal. 258). Yogyakarta: Andi.
- Mar'uf, H. (2002). *Pemasaran Ritel*. Dalam H. Mar'uf, *Pemasaran Ritel* (hal. 84). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sjahputra, I. (2005). Sukses Melalui Waralaba. Dalam I. Sjahputra, *Sukses Melalui Waralaba* (hal. 103-104). Jakarta: Harvarindo.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. Dalam F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (hal. 229). Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2010). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Dalam P. Ritel, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern* (hal. 69). Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Dalam B. Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (hal. 70). Bandung: CV. Alfabeta.
- Andy, S. (2009). Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition). Dalam S. Andy, *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)* (hal. 31). New York: Kaplan Publishing.
- Barber, P., & Wallace, L. (2009). Building Buzz & Word of Mouth Marketing. Dalam P. Barber, & L. Wallace, *Building Buzz & Word of Mouth Marketing* (hal. 19). USA: American Library Association.
- Kotler, P., & Armstrong. (2003). Manajemen Pemasaran. Dalam P. Kotler, & Armstrong, *Manajemen Pemasaran Edisi IX* (hal. 580). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kuratko, D. F. (2009). Entrepreneurship Theory, Process, Practice. Dalam D. F. Kuratko, *Entrepreneurship Theory, Process, Practice* (hal. 144). USA: Natorp Boulevard Mason USA.
- Siregar, S. (2010). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Susanti, D. O., & Efendi, A. (2014). Penelitian Hukum (Legal Research). Dalam D. O. Susanti, & A. Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)* (hal. 18). Jakarta: Sinar Grafika.
- Maltahotra, N. (2007). *Marketing Research : an Applied Orientation*. New Jersey, USA: Pearson Education, inc., Fifth Edition.

2. JURNAL & ARTIKEL

- Ambarwati, & dkk. (2015). Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akutansi Program SI Volume 3 Nomor 1*.
- Choudhary, S. (2014). Study of Impulse Buying Behavior of Consumers . *International Journal of Advane Research In Computer Science and Management Studies Volume 2 Nomor 9*, 1-4.
- Dewi, K., & Giantari, I. (2015). Peran Emosi Positif Dalam Memediasi Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif. *E-Jurnal Manajemen Unud Volume IV* , 4419-4448.
- Herawati, A. A., Ari, & Reni. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Alfamarta di Kecamatan Tembalang Semarang . *Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Alfamarta di Kecamatan Tembalang Semarang* , hal. 1-9.
- Hussain, A. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies* .
- Kosyu, D. A., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 14 Nomor 2* .
- Maymand, M. M., & Ahmadinejad, M. (2011). Impulse Nuying: The Role of Store Environmental Stimulation and Situational Factors (An Empirical Investigation). *African Journal of Business Management*, 5(3\$), pp: 13057-13065.
- Muthiah, I., Parawansa, D. A., & Munir, A. R. (2018). Pengaruh Visual Merchandising, Display Product dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus: Konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE) Volume 1 Nomor 2* .

- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan Volume 2 Nomor 1*.
- Suharyono, A. S. (2017). Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Survei pada Konsumen Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 47 Nomor 2*, 146.
- Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 11 Nomor 2*, 60.
- Yasa, N. N. (2014). pengaruh Penataan Produk, Jenis Kelamin dan Daftar Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus pada Konsumen Ritel di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Volume 3 Nomor 7* <http://ocs.unud.ac.id>.
- Fahimah, DH, A. F., & Hidayat, K. (November, 2015). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 28 Nomor 2*, 3.
- Fathonah, S. (2009). Pengaruh Hedonic Shopping Motivations dan Store Attributes Terhadap Shopper Loyalty. *Jurnal Siasat Bisnis Volume 13 Nomor 3*, 290.
- Gariswasita, A. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Five Points Coffee and Chocolate Semarang)*. Semarang: Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 14 Nomor 2*, 3.
- Bernik, M., & Ramadhan, M. B. (Desember 2018). Pelaksanaan Bauran Promosi Pada Produk Beras Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi pada PT. Nazar Bahana Persada). *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Volume 11 Nomor 3*, 219-220.

- Budiarta, C. (2014). Pelaksanaan Sales Promotion yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Paradigma Tahun XII Nomor 24*, 184.
- Kuratko, D. F. (2009). Entrepreneurship Theory, Process, Practice, Natorp Boulevard Mason USA. Dalam D. F. Kuratko, *Entrepreneurship Theory, Process, Practice* (hal. 151-153). USA: Natorp Boulevard Mason USA.
- Kwan, O. G. (2016). Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sport Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 10 Nomor 1*, 21.
- Muthiah, I., Parwansa, D. A., & Munir, A. R. (2018). Pengaruh Visual Merchandising, Display Product dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus: Konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE) Volume 1 Nomor 2*, 95.
- Novianti Rini, & Desembrianita, E. (2017, November 3). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Terciptanya Word Of Mouth Positif Melalui Kepuasan Konsumen Wisata Kuliner Food Junction Surabaya. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Terciptanya Word Of Mouth Positif Melalui Kepuasan Konsumen Wisata Kuliner Food Junction Surabaya*, hal. 59.
- Novianti, R., & Desembrianita, E. (2017, November 24). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Terciptanya Word Of Mouth Positif Melalui Kepuasan Konsumen Wisata Kuliner Food Junction Surabaya. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Terciptanya Word Of Mouth Positif Melalui Kepuasan Konsumen Wisata Kuliner Food Junction Surabaya*, hal. 56.
- Purnomo, H., & Riani, L. P. (2018). Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 2 Nomor 1*, 21.
- Putri, A. S., & Suharyono. (Juni 2017). Pengaruh Hedonic Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Survei Pada Konsumen

- Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 47 No 2*, 148.
- Sugianto, Y. M. (2019). *Pengaruh Website Quality, Electronic Word Of Mouth dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Zalora*. Surabaya: Alumni Program Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Sutisna, & Pawitra, T. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Dalam Sutisna, & T. Pawitra, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (hal. 191-192). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2011). Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern). Dalam C. W. Utami, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)* (hal. 322). Jakarta: Salemba Empat.
- Wiguna, P., & Wijayanti, N. W. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Visual Merchandising dan Creative Promotion Terhadap Impulse Buying Minyak Kutus-Kutus di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Volume 4 Nomor 1*, 57.
- Zinkweg, M. S., & Stoorvogel, A. (2008). *Buy Now, Think Later*.
- Cahyono, K. E. (Juli 2019). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying di Mediasi Oleh Shopping Lifestyle Pada Industri Kulit Siodarjo. *Balance Journal Volume 17 Nomor 2*, 167-168.
- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi Volume 7 Nomor 1*, 91.
- Deviana, N. S., & KT.Giantari, I. A. (2016 ISSN: 2302-8912). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud Volume 5 Nomor 8*, 5258.

- Firmanto, Y. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Chicken KFC. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 3 Nomor 1, April*, 77.
- Haryana, A. (2020, Juni 4). Hipotesis Penelitian. *Hipotesis Penelitian*, hal. 3.
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) dan terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kabupaten Bone). *Jurnal Teknosains Volume 9 Nomor 1, Januari*, 54-55.
- Nurali, A. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Berprestasi dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Guru (Studi pada Guru Sekolah Menengah Atas dan Sekolah Menengah Kejuruan Sekecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 84.
- Puspa, C., & Sudibya, I. A. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Transormasional Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Efek Mediasi Psychological Empowerment Pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud Volume 5 Nomor 8*, 5153-5154.
- Sutopo, R. A. (2017). Analisis Pengaruh Adanya Faktor Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada UD. Ikan Mas di Kabupaten Pemasang). *Diponegoro Journal of Management Volume 6 Nomor 4*, 4.
- Tjantoko, L. E., & Japariato, E. (2015). Analisa Pengaruh Promosi dan Hedonic Motivation Terhadap Impulse Buying Di Ron's Laboratory Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Volume 3 Nomor 1*, 4.
- Wibawanto, S. (Desember 2018). Peran Keluarga Dalam Perilaku Pembelian Hedonis. *Jurnal Fokus Bisnis Volume 17 Nomor 2*, 5-6.
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Volume 1 Nomor 1*, 362.

3. INTERNET

Haffiyan. (2020). Sumber Alfaria (AMRT) Targetkan Pengoperasian 15.310 Gerai

Alfamart.<http://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20200217/192/1202171/sumber-alfaria-amrt-targetkan-pengoperasian-15.310-gerai-alfamart>. Jakarta: Bisnis.com.

Statistik, B. P. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*.

Jakarta: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>.

