

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu hasan, Siti saroh, Ratna nikin hardanti (2019) *Pengaruh Atmosfir toko, Price Discount dan Salesperson terhadap pembelian tidak terencana (Impulse Buying). Studi kasus pada konsumen toko salsabila Paiton-Probolinggo.*
- Amstrong dan Kotler. (1999). *Prinsip – Prinsip Pemasaran.* Jakarta Erlangga.
- Belch, G., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion; an Integrated Marketing Communication Perspective, Ninth Edition.* New York: McGraw Hill.
- Chanthika Pornpitakpan, Yizhou Yuan, Jie Hui Han (2016) *The effect of salespersons' retail service quality and consumers' mood on impulse buying.*
- Engel, James F., R. D Blackwell., dan P. W Miniard. (1995). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fitriani, Rahma. (2010). *Study Tentang Impulse Buying pada Hypermarket di Kota Semarang. Jurnal Manajemen.*
- Ghozali, I. (2009). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, edisi keempat cetakan IV, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan model SPSS.* Semarang: badan penerbit UNDIP
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga, (2008)
- Malhorta, N. (2007). “*Riset pemasaran: Pendekatan Terapan*” , jilid 1 edisi Alfabeta, Bandung
- Melina dan Amin kadafi (2017) *Pengaruh Price Discount dan In-Store Display terhadap Impulse Buying pada Matahari Departement Store Samarinda.*
- Peter, J. P. dan Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran.* Edisi Kesembilan, buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J. Paul. Dan Olson, Jerry. C. (2005). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy.* New York: Mc. Graw Hill

- Razzouk, N. Y., Seitz, V., Kumar, V. (2002). *The impact of perceived display completeness / incompleteness on shoppers' In-store selection of merchandise: an empirical study*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 9, 31-35.
- Simamora, B. (2005). *"Analisis Multivariat Pemasaran"*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sindy dan Ai Lili (2018) *Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount terhadap impulse Buying pada konsumen PT. LION Superindo gerai Antapani*
- Sopiah, Syiahbudhin, (2008), *Manajemen Bisnis Ritel*, Andi, Yogyakarta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *"Metode Penelitian"*, Cetakan ke-25 , Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Penerbit PT Remaja Rosdakarya
- Sutisna dan Prawita. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Utami, C.W. (2010). *Strategi dan Implementasi Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yahya Nur dan Sri Rahayu (2017). *Analisis pengaruh Atmosfir toko, Price Discount dan Salesperson terhadap Impulse Buying melalui Emotional Response (Studi pada konsumen Hypermarket kota Semarang)*
- Data ritel di Indonesia [www.Aprindo.co.id](http://www.Aprindo.co.id). di akses pada tanggal 27 September (2018)
- Data ritel di Indonesia [www.Databoks.co.id](http://www.Databoks.co.id). di akses pada tanggal 27 September (2018)
- PT. Matahari. [www.Matahari.co.id](http://www.Matahari.co.id)