

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. F. r, et. Pengaruh Display Produk, Promosi Below the Line dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Impulsif, dalam *Jurnal Manajemen* Vol 12 No 1.
- Anggraini, I. D. dan R. Sulistiyowati, “Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere terhadap Perilaku Impulse buying”, dalam *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol 8 No 1.
- Arnold, M.J dan Reynolds, K.E. t.t. Hedonic Shopping Motivation. *Journal of Retailing*
- Arya, G. R. W., Ni L. Telagawathi, Efek Keragaman Produk dan Harga Produk terhadap Impulse Buying, dalam *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol. 11 No.1.
- Berman & Evans. 1995. *Retail Management : A Strategic Approach*, 6th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Chan, Gerry Ferdian, et. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru dalam *Accounting and Business Journal*, Vol. 2, No. 1 (2022)
- Effendi, S. et. al. Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee, dalam *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 17 No. 02.
- Elrado, Molden, et. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan , Kepercayaan Dan Loyalitas dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15, No.2.
- Engel, James F, Blackwell, Rogre D and Miniard, Paul W, (1994), *Perilaku Konsumen*, Jilid-1, Binaputra Aksara, Jakarta
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish.
- Fitriani, Rahma. 2010. *Studi tentang Impulse Buying pada Hypermarket di Kota Semarang*. Semarang: t.p.

- Gede. 2020. *Pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Impulse Buying di Matahari Duta Plaza Bali*. Singaraja: t.p.
- Gunawan, G. T. Tony Sitingjak, *Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda Dki Jakarta)*
- Hardisman. 2021. *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Hidayat Adi, *Persaingan Usaha di Indonesia Meningkatkan, Dekati Target 2024* dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/11/persaingan-usaha-di-indonesia-meningkat-dekati-target-2024> diakses pada 9 Januari 2024
- Husein, Ananda Sabil. 2015. *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya: Modul Ajar.
- Ikho, M. 2023. *Studi Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Toko Grosir di Masa Pandemi Covid-19*. Lampung: t.p.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Ringkasan Eksekutif Indeks Persaingan Usaha 2021* dalam <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2022/02/Ringkasan-Eksekutif-Indeks-Persaingan-Usaha-2021.pdf>. diakses pada 1 Desember 2023
- Kotler, Philip & Amstrong Gary, 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2019. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Levy, M. & B. A. Weitz. 2012. *Retailing Management*. (8th ed.). New York, America: McGraw-Hill/Irwin
- Mali, A. K. 2021. *Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Pada Pt. Matahari Department Store Grand Mal Bekasi*. Bekasi: t.p.

- Misbach Irwan. 2022. Impulse Buying Pada Pengunjung Pusat Pembelanjaan Dan Faktor Yang Mempengaruhi", *MBR (Management and Business Review)*, Vol. 6, No. 1.
- Muarti dan Tri Kurniawati. Pengaruh Price Discount dan Pendapatan Terhadap Impulsive Buying Pada Online Shop (Studi Kasus Pada Tenaga Kependidikan Di Universitas Negeri Padang). Universitas Negeri Padang
- Mulyawan, Rahman. 2016. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: Unpad Press.
- Munandar, Aris dan Rendra Erdkhadifa, (2023), "Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung, dalam *Journal of Sharia Management*, Volume 2, Issue 1.
- N Uha, I . 2014. *Pemasaran Syariah: Kompilasi Teori dan Pengantar Praktik dalam Bisnis Klasik dan Kontemporer*. Sidoarjo: CV. Dwiputra Pustaka Jaya
- Nuriyah F. D., Rendra Erdkhadifa (2023), Analisis Korelasi Kanonik Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pada Mie Mieliader Bandung dalam *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* Vol.2 No.5
- Nuri, Purwanto. 2021. *Dinamika Fashion Oriented Impulse Buying*. Malang: Literasi Nusantara.
- Paramita, A.O. et al.. Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara, Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 8. No 2.
- Permatasari, R. A. dan Rendra Erdkhadifa, 2022. Pengaruh Citra Merek, Harga, Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Pada Dendy Sky View Tulungagung, *Journal of Sharia Management and Business* Vol.2 No.2.
- Prasetia, Khalid Hamzah. 2020. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Ummagelang. Magelang: t.p.

- Pratiwi, Eny, Indra Krishernawan. 2020. *Mengelola Customer Impulse Buying Pada Bisnis Retail Fashion Modern*. Mojokerto: Nusa Investama.
- Ramadhan, Hilmy. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying melalui Emosi Positif*. Semarang: t.p.
- Rhamadanty, Sabrina. Aprindo Ungkap Pertumbuhan Ritel Nasional Hingga Tutup Tahun 2023 Bisa Capai 4,2%, dalam <https://industri.kontan.co.id/news/aprindo-ungkap-pertumbuhan-ritel-nasional-hingga-tutup-tahun-2023-bisa-capai-42> diakses pada 19 Maret 2024
- Rizaty, M. Jumlah Toko Retail di Indonesia Sebanyak 3,98 Juta pada 2022, dalam <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/jumlah-toko-retail-di-indonesia-sebanyak-398-juta-pada-2022> diakses pada 1 Desember 2023
- Rook D. W. dan R. J. Fisher. 1995. Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research* Vol. 22.
- Sarwono dan Narimawati, Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)
- Setiawardani, M. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung), dalam *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol. 5, No. 1
- Shiffman, Leon G and Kanuk, Leslie, Laser, 2007, *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh, Indeks, Jakarta.
- Stefhani, P. W. 2019. *Persaingan Usaha dalam Prespektif Etika Bisnis Islam Lampung Tmur*: t.p
- Sucidha, I. (2019). “Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. At-Tadbir” : *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 3 No 1
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta

- Supriono. 2018. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* (Studi pada Pengunjung Mall di Kota Malang) dalam *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, No 1.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syahrir et al 2020. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Turley, L.W. dan R. E.Milliman. Atmospheric Effect on Shopping Behaviour: A Review of Experimental Evidence *Journal of Business Research*. Vol. 49 No. 2.
- Uha, I. N. 2014. *Pemasaran Syariah: Kompilasi Teori dan Pengantar Praktik dalam Bisnis Klasik dan Kontemporer*. Sidoarjo: CV. Dwiputra Pustaka Jaya
- Werang, B. R. 2015. *Pendekatan Kuantitatif dan Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Calpulis,
- Wiranata, Axel dan Nanang Suryadi. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Mediasi dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Vol. 01, No. 2
- Y, Exnasiyah. Kecenderungan Impulse Buying pada Mahasiswa Ditinjau dari Latar Belakang Keluarga dalam *Journal of Research in Business and Economics*, Vol 2 No 1.
- Zahara, Rita. Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen, dalam *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. Vol 2 No 1.