

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Burhan Bungin, 2014, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta:Kencana Prenamedia Group
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginanjari. A, (2018), Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Penjualan, dan Display Produk Terhadap Pembelian Impulsif, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Volume 7, Nomor 6, Juni 2018
- Gumilang, W.A & I Nurcahya, K , (2016), Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere terhadap Emotional Shopping dan Impulse Buying, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 15, No. 3, 2016: 1859-1888, ISSN : 2302-8912
- Kuncoro, (2007), *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Kurniawati. D, & Restuti. S, (2014) Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying Padagiant Pekanbaru, *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. VI No. 3 September 2014
- Muthiah. at.al, (2018), Pengaruh Visual Merchandising, Display Product, dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus: Konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar), *HJABE* Vol. 1 No. 2 April.
- Natasya, Tamengkel, & Punuindoong, 2019, Pengaruh Display Terhadap Perilaku Impulse Buying Di Transmart Bahu-Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 9. No. 1, 2019. (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X). *Universitas Sam Ratulangi*.
- Nurudin, (2020), Analysis of the Effect of Visual Merchandising, Store Atmosphere and Sales Promotion on Impulse Buying Behavior, *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, Vol. 2, No. 2 (2020) 167-177
- Pontoh. M.E, et al., 2017, Pengaruh Display Produk dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Mega Mall Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1823–1833

- Pradina, A, (2016), Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Kota Malang, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, [Vol 4, No 2](#)
- Rahmadana. N.M.S, 2016, Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2016, 4 (3): 683-697 ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id.
- Sari, D. M. F. P., & Pidada, I. A. I. (2019). Hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, price reduction toward impulse buying behavior in shopping center. *International Journal of Business, Economics & Management*, 3(1), 48-54.
- Sopiah, dan Syihabudin, (2008), *Manajemen Bisnis Ritel*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sufreni dan Yonathan Natanael, 2014. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono, 2012, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar.H, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta. : PT. Gramedia Pustaka.
- Wafiroh, Z, et al., (2017), Peran Hedonic Shopping Motives dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Produk Fashion Umama Gallery Jember, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Widiyanto, Ibnu, 2008). *Pointers Metodologi Penelitian*, Penerbit Dikalia, Semarang.