

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, I. D., & Utami, H. N. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerjadan Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Divisi Marketing Pt. Victory International Futures Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(6), 58–67
- Ali, Muhammad. 2011. *Memahami Riset Prilaku Dan Sosial*. Bandung: Pustaka Cendekia Utama
- Aljuhaish, Sultan Fahd. (2015). The Effectiveness Of Behaviourist“S Token Economy System On Teaching English As Asecond Language At Saudi Schools In Kuala Lumpur International Journal Of Novel Research In Education And Learning. Vol. 2, Issue 3, Pp: (43-49),
- Amin, M. Ma’ruf. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, Dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Anggraeni, A. A., Noviandi, A., Putra, A. M., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Visual Merchandising Terhadap *Impulse Buying* Melalui Emosi Positif. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2).
- Barry Berman, Joel R.Evans, (2001). *Retail Management Eight Edition*, Penerbit Intermedia (Terjemahan), Jakarta.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2014). *Retail Management: A Strategic Approach (12th Ed)*. Upper Saddle River: Pretice Hall International, Inc. Brsbrsind-20220509104634. (N.D.).
- Defari, S. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Faktor Sosial Terhadap Emosi Positif Konsumen Produk Zara Store Di Pakuwon Mall Surabaya. *PRAGMATIS*, 1(1), 32-42.
- Destanty, Cynthia. “Pengaruh Advertising Dan Brand Terhadap *Impulsive Buying* Konsumen Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Konsumsi Produk Air Mineral Pada Mahasiswa FEBI Angkatan Tahun 2013 IAIN Raden Intan Lampung)”, Skripsi, Bandar Lampung, 2017
- Edwin Japarianto, & Sugiono Sugiharto. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap *Impulse Buying* Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41. [Http://Puslit2.Petra.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Mar/Article/View/18388](http://Puslit2.Petra.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Mar/Article/View/18388)
- Frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. Ghozali, Imam, And Hengky Latan. 2017. *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 5.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- https://www.Topbrand-Award.Com/Top-Brand-Index/?Tbi_Year=2020&Tbi_Index=Top-Brand&Type=Brand&Tbi_Find=Supermarket
- Levy & Weitz, 2001. *Retailing Management*, 4th Edition. New York: Mc.Grawhill, Irwin.
- Maulana, R. I. (2018). Promosi Dan *Store Atmosphere* Terhadap Shopping Emotion Dan *Impulse Buying*. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 213-225.
- Muhyidin, A., Sunarya, E., & Ramdan, A. M. (2019). Analisis Store Environment Dan Emosi Positif Terhadap *Impulse Buying*. *Journal Of Management And Bussines (JOMB)*, 1(1), 157-168.
- Mutma'innah, Rikhe .2017. Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT Harapan Umat Pati Kantor Cabang Pucakwangi. Skripsi :UIN Walisongo.
- Nindyakirana, R. H., & Maftukhah, I. (2016). Membangun Emosi Positif Melalui Promosi Penjualan Dan Lingkungan Toko Dampaknya Terhadap *Impulse Buying*. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Novia, A. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Emosi Positif Dan Dampaknya Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Konsumen Giant Supermarket Buaran Jakarta Timur) (Doctoral Dissertation, Universitas Darma Persada).
- Nursoleha, A., Hartono, H., & Rahmawati, N. F. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Melalui Hedonic Shopping Value Pt. Trans Retail Indonesia (Transmart Carefour) Di Jakarta. *Jambis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 98-102.
- Owhnlqgdq °zer L., 2012, The Influence Of Hedonic Motives And Browsing On *Impulse Buying*, *Journal Of Economics And Behavioral Studies*, Vol. 4, No. 3, Pp. 180-189, Maret, (ISSN: 2220-6140)
- Peter, Paul J. Dan Jerry C. Olson. 2014. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan Oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Putra, Brian Permana. 2014. Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif, Dan Store Environment Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Tong Hien Di Kota Semarang. Skripsi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Putri, Denty Viana. 2018. Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk Dan Promosi Terhadap *Impulsive Buying* Handphone Merk Oppo Type F5 Pro Pada Cabang Imago Madiun. Universitas Muhammadiyah Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Rachmawati, V. (2009). Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, Dan Perilaku *Impulse Buying* Pada Konsumen Ritel. *Majalah Ekonomi*, 19(2).

- Rahmawati, A. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Promosi Penjualan Terhadap Emosi Positif Dan Dampaknya Terhadap Pembelian Impulsif Dalam E-Commerce Berrybenka. Com (Bachelor's Thesis, Jakarta: Fakultas. Ekonomi Dan Bisnis Uin Syaraif Hidayatullah).
- Rosmitha, S.N. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Promosi Terhadap *Impulsive Buying* Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)", Skripsi, Bandar Lampung, 2017.
- Rosyida, S., & Anjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Store Atmosfer Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 105-127.
- Saputro, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35-47.
- Sari, D. A. T., & Suryani, A. (2014). Pengaruh Merchandising, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap *Impulse Buying* (Doctoral Dissertation, Udayana University).
- Sudarsono JG. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap *Impulse Buying* Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 11, No. 1.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulek, J.M. & Hensley, R.L. (2004), "The Relative Importance Of Food, Atmosphere, And Fairness Of Wait", *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 45 No. 3, Pp. 235-247
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia
- Supriyanto, Kuat Dkk. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Di Semarang. Universitas Pandananran Semarang
- Tjiptono Fandy, C. G. (2016). No Title. In *Service, Quality And Satisfaction* (Vol. 4).
- Trihudiyatmanto, M. (2020). Analisa Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap *Impulse Buying* Melalui Emotional Response Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Economic, Management, Accounting And Technology*, 3(2), 136-146.

- Wauran, P. (2016). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Servicescape Terhadap *Impulse Buying* Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Freshmart Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Widayani, Shilpia.2020. Pengaruh Motiviasi Belanja Hedonis Dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulsive Buying* Impulsif Pada E-Commerce Shopee Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi. Universitas Santa Dharma.
- Wijaya, Andreas. 2019. Metode Penelitian Menggunakan SMART PLS 03.
- Wisesa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere*, Display Product, Dan Price Discount Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar) I Putu Widya Artana. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 369-394. Yogyakarta: Innosain
- Zuchrufia, A. R. (2013). Pengaruh Menonton Film Drama Komedia Korea Terhadap Emosi Positif Pada Mahasiswa Yang Sedang Menempuh Skripsi. *EMPHATY Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1).