

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Astuti, Miguna. & Amanda, Agni Rizkita. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Latan, Hengky. 2013. *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.8*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2018. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta..
- Sugiono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel (Strategi Dan Implementasi Ritel Modern)*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel (Strategi Dan Implementasi Ritel Modern)*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal :

- Darmayasa, Ni Made Intan Agustina Ariani & Sukaatmadja, I Putu Gede. 2017. Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Sales Promotion* Terhadap *Emotional Shopping* dan *Impulse Buying Behavior*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.6, No.11.
- Dewi, Kadek Trisna & Giantari, I Gusti Ayu Ketut. 2015. Peran Emosi Positif Dalam Memediasi *Store Atmosphere* Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Matahari *Departement Store* Duta Plaza Denpasar). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. E-jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.12.
- Emor, Rizky Y.S & Soegoto, Agus Supandi. 2015. Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Fahd, Faisal & Sugiarto, Yohanes. 2015. Analisis Pengaruh Promosi dan Atmosfer Gerai Terhadap *Impulse Buying* Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel *Intervening*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Diponegoro *Journal Of Management*, Vol.4, No.2.

- Gumilang, Wayan A & Nurcahya, I Ketut. 2016. Pengaruh *Price Discount* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Emotional Shopping* Dan *Impulse Buying*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana. E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 15 No. 3.
- Hidayat, Yahya Nuur & Astuti, Sri Rahayu Tri. 2017. Analisis Pengaruh Atmosfer Toko, *Price Discount* dan *Sales Person* Terhadap *Impulse Buying* Melalui *Emotional Response* (Studi Pada Konsumen *Hypermarket* Kota Semarang). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Diponegoro *Journal Of Management*, Vol.6, No.2.
- Indri, Florencia & Siagian, Dergibson. 2018. Dampak Emosi Positif Dan Keterlibatan Konsumen Dalam Rangka Meningkatkan *Repatronage Intentions* (Studi Empirik Pada Farmers Market Mall Kelapa Gading). Program Studi Manajemen. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Kwan, Oky Gunawan. 2016. Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Maulana, Roby Irzal. 2018. Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Shopping Emotion* dan *Impulse Buying*. Universitas Pamulang. Jurnal Ecodemica Vol. 2 No. 2.
- Nainggolan, Nora Pitri. 2018. Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Di Kota Batam. Program Studi Manajemen. Universitas Putera Batam. Jurnal Akuntansi Barelang Vol. 3 No. 1.
- Negara, A.A Bagus Jambe & Kusumadewi, Ni Made Wulandari. 2018. Pengaruh Atmosfir Ritel dan Promosi Terhadap *Impulse Buying* Yang Dimediasi Emosi Positif. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.7, No.7.
- Nindyakirana, Rani H & Maftukhah Ida. 2016. Membangun Emosi Positif Melalui Promosi Penjualan Dan Lingkungan Toko Dampaknya Terhadap *Impulse Buying*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Novirsari, Emma. 2019. Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. Manajemen. STIE TRICOM Vol. 12 No. 2.
- Pangestu, I Kadek B & Santika, I Wayan. 2019. Peran Emosi Positif Memediasi Pengaruh *Fashion Involvement* Dan *Hedonic Consumption Tendency* Terhadap *Impulse Buying*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali.

- Rosyida, Syafitri & Anjarwati, Anik Lestari. 2016. Pengaruh *Store Atmosfer* Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian *Impulsif* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel *Intervening*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Sari, Andini Kartika. 2018. Pengaruh *Discount, Brand Image, Dan Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying*. IAIN Surakarta. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies* Vol. 2 No. 2.
- Temaja, I Km Wisnu Bayu, Rahanatha Gede Bayu, Yasa Ni Nyoman Kerti. 2015. Pengaruh *Fashion Involvement, Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan* Terhadap *Impulse Buying* Pada Matahari Departement Store Di Kota Denpasar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.6.

Skripsi :

- Hamdani, Acep. 2018. Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada *Clothing Scooter Scoot* Bandung. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Skripsi. Universitas Pasundan.
- Hayati. 2018. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap *Impulsive Buying* Pada Konsumen Matahari *Departement Store*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.
- Hidayah, Melisa Surya. 2019. Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bioskop *Cinema XXI Summarecon Mall Bekasi*). Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Mahardhika, Bayu. 2018. Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ramayana Departement Store (Survey Pada Pengunjung Ramayana Departement Store Cimahi). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Pasundan.
- Meliyani, Rizka. 2017. Pengaruh Dimensi Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada KFC Coffee Kedaton Bandar Lampung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Skripsi. Universitas Lampung.
- Munthe, Megawaty Maya S. 2017. Pengaruh Jenis Musik Terhadap Emosi Negatif Pada Pasien Gigi. Fakultas Psikologi. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Ningrum, Siska P. 2017. Regulasi Emosi Pada Sopir Bus. Fakultas Psikologi. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Wulandari, Nimas. 2020. Pengaruh Potongan Harga (*Price Discount*) Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau Pekanbaru.

- Prihastama, Brian V. 2016. Pengaruh *Price Discount* Dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Minimarket Indomaret. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putri, Feby Anita Ardisty. 2019. Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna dan Gudang Garam di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Rahmawati, Nurul Tri. 2018. Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rochman, Fajar Nur. 2016. Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack*, Dan *In-Store Display* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Giant Supermarket Yogyakarta). Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Website:

- www.alfamidiku.com (Diakses pada 19 Mei 2020)
- www.alfamart.com (Diakses pada 19 Mei 2020)
- <https://ekbis.sindonews.com/berita/1405008/34/pt-midi-utama-indonesia-tbk-siap-tambah-100-gerai-baru> (Diakses pada 21 Mei 2020)
- <https://www. Kearney.com> (Diakses pada 23 Mei 2020)
- <https://qazwa.id/blog/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/> (Diakses pada 25 Mei 2020)