

DAFTAR PUSTAKA

- Angga dan Adrian. 2013. Analisi pengaruh Citra Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli pada produk *Private Label Brand*. Universitas Indonesia kampus salemba: Jakarta
- Atika Ayu Pragita, dkk. Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) terhadap Emosi dan dampaknya kepada Keputusan Pembelian. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya: Malang
- Bagus dan Ardani. 2016. Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap *Shopping Emotion* dan *Impulse Buying* di *Discovery Shopping Mall*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7, 2016
- Boonghee yoo. 2011. *Store Image on Purchase Intention: The Moderating Effect of Individual and Societal Uncertainty Aversion among American and Korean Consumers*. *Journal of international business and law*. Volume 10
- Deni dan Yohanes. 2013. Pengaruh Promosi dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Emotion* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 2, (2013)
- Desi Amita Sari, dkk. 2014. Analisis pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas padaranan. Semarang
- Faishal fahd. 2015. Analisis pengaruh Promosi dan Atmosfer Gerai terhadap *Impulse Buying* Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. Fakultas ekonomi dan bisnis universitas diponegoro: semarang
- Grace dan Youjae. 2008. *The Effect of Shopping Emotions and Perceived Risk on Impulsive Buying: The Moderating Role of Buying Impulsiveness Trait Seoul* *Journal of Business* Volume 14, Number 2

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV*. Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro.

Hasyim & Rina Anindita, 2009. *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Jakarta : UIEU- University Press

<http://www.ikapi.org/berita1/news/item/73-tren-penjualan-buku-di-toko-buku-menurun-pemerintah-dapat-membalikannya>

Kadek dan Gusti. 2015. Peran Emosi Positif dalam Memediasi *Store Atmosphere* Terhadap Pembelian *Impulsif* . E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No.12, 2015

Ni luh Julianti, dkk. 2014. Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) terhadap Minat Beli Konsumen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Indonesia

Nosica dan Leis. 2012. *Store Image on Purchase Intention: The Moderating Effect of Individual and Societal Uncertainty Aversion among American and Korean Consumers*. *Asean Marketing Journal*. 2012. Vol IV, No.2

Paul C.S Wu, dkk. 2011. *The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands*. *Australian marketing journal* 19 (2011)

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, manajemen pemasaran. Edisi 12 jilid 1 (Jakarta: Erlangga 2008)

Yongchuan dan Yeqing. 2011. *Motivating purchase of private brands: Effects of store image, product signatureness, and quality variation*. *Article in journal of business reseach*. February 2011. University of Alabama. Huntsville

Russell K.H. Ching, dkk. 2007. *The Effect Of Multi-Channel Store Image on Purchase Intention*. *International DSI / Asia and Pacific DSI 2007 Full Paper* (July, 2007)