

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Hamdi, Asep S., & E. Bahrudin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Irmawartini dan Nurhaedah. 2017. *Metodologi Penelitian : Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan : Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Juliandi, A., Irfan dan Sapriyal Manurung. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Medan : UMSU PRESS.
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analysis : Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi (Menggunakan SPSS)*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Manajemen. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung : Alfabeta
- Timotius, Kris H. 2014. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : ANDI
- Widi, Restu Kartiko. 2018. *Menggelorakan Penelitian : Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta : DEEPUBLISH

Jurnal :

- 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 (Unud), Bali, Indonesia. E Jurnal Manajemen Unud Vol. 4. No. 12 2015.
- Haironi, Mohamad. (2018). Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack, Dan In- Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Produk Obat Nyamuk HIT di Pamella Swalayan Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No.3 Maret 2018.
- Kosyu, D. A., Hidayat Kadarisman, Yusri Abdilah. (2014). Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* Terhadap *Shopping Lifestyle* dan *Impulse Buying* (Survei

pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 14 No. 2 September 2014.

Kwan, Oky Gunawam. (2016). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positif Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjangan Plaza Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.10, No. 1, April 2016.

Nasution, Helvinasari, Amrin Fauzi dan Endang Sulistya Rini. 2019. *The Effect Of E-Service Quality On E-Loyalty Through E-Satisfaction On Students Of OVO Application Users At The Faculty Of Economics And Business, University Of North Sumatra, Indionesia. Postgraduate Student, Faculty of Economics and Business, Universitas Sumatera Utara, Indonesia. Volume 4 | Issue 1.*

Nofiawaty dan Beli Yuliandi: 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyek Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 12 No.1 Maret 2014.

Prasetyo, Wahyu Yulianto Edy, Kumadji Srikandi. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value Dan Impulse Buying (Survei Pada Konsumen Matahari Departement Store Malang Town Square). Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 39 No. 2 Oktober 2016.

Pratiwi, Septi Agus dan Citra Kusuma Dewi. 2016. *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Behavior Intentions Dengan E-Satisfaction Sebagai Mediator. (Studi Pada Kriya.co.id).* Administrasi Bisnis. Universitas Telkom. Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 10. No. 2 Desember, 59-71.

Ratnasari, A. V., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value Dan Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square). Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 1 No. 1 Januari 2015.

Supriono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi pada Pengunjung Mall di Kota Malang). Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. Jurnal Of Applied Business Administration Vol 2, No. 1, Maret 2018, hlm. 109-115.

Skripsi :

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)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada.

Iriawan, Praditya. (2019). *Pengaruh Lingkungan Toko Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Yogya Departemen Store Kosambi*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pasundan.

Nasution, Septi Haryani. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bober Café Di Kota Bandung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pasundan.

Rahmawati, Nurul Tri. (2018). *Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Shopping LifeStyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Website :

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Giant

<https://www.hero.co.id/files/dynamic/828.pdf>

<https://www.hero.co.id/files/dynamic/893.pdf>

<https://www.hero.co.id/files/dynamic/975.pdf>

