

DAFTAR PUSTAKA

- Andreu, L., Bigné, E., Chumpitaz, R., Swaen, V. (2006). How Does the Retail Environment Influence Shoppers' Emotional Experience? Evidence from Two Retail Settings. *Belgium: Louvain School of Management*.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Esau, E. Y. R. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK ASURANSI PADA PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE MANADO. *Jurnal EMBA*, 4(3),491-501.
- Feng, C. P., Jean S. S., Chao C. C. (2008). "Dual Attractiveness of Winery: Atmospheric Cues on Purchasing". *Journal of Wine Business Research*, Vol 20 No. 2, pp. 95-109.
- Fuad, M. (2010). Store atmosphere dan perilaku pembelian konsumen di toko buku Gramedia Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 1-13.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Semarang: UNDIP*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (edisi kesembilan). *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). RE Anderson Multivariate data analysis: A global perspective. 7th edn. *Pearson Prentice Hall Publishing, Upper Saddle River*.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R., E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Edisi ke 7. *Pearson Education Limited. London. ISBN 10:1- 292-02190-X*.
- Hariato, D., Subagio, H. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai deja-vu Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Hariyadi, G. T. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI MINIMARKET (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing* (pp. 277-319). Emerald Group Publishing Limited.
- Hetharie, J. A. (2012). Peran emosi positif sebagai mediator stimulus lingkungan toko dan faktor sosial terhadap impulse buying tendency pada Matahari Departement Store Kota Ambon. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(4), 890-898.
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smartPLS 3.0. *Modul Ajar*.
- Idris, F., & Idris, I. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DI TOKO FAJAR SPORT KECAMATAN PEDURUNGAN KOTA SEMARANG. *Diponegoro Journal of Accounting* 4(1).
- Idris, M. (2017, Agustus 2). *Pengusaha Ritel Keluhkan Penjualan Turun, Ini Sebabnya*. Dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3583280/pengusaha-ritel-keluhkan-penjualan-turun-ini-sebabnya>
- Irawan, P. (2018, Juni 26). *Pusat Elektronik Glodok Makin Sepi*. Dari <http://www.koran-jakarta.com/pusat-elektronik-glodok-makin-sepi/>

- ITC Group (2018). *Tentang ITC Mangga Dua*. Dari <https://www.itcshoppingfestival.com/itc-mangga-dua/>
- Jendi, R. (2013). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN BERBELANJADI SUPERMARKET DI KOTA PADANG. *Jurnal Manajemen*, 2(01).
- Kurniawan, D. A. A., Karenila, K., & Jokom, R. (2017). Analisa Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Niat Berperilaku Melalui Emosi Konsumen Di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(1), 111-123.
- Kusuma, H. (2017, Oktober 8). *Banyak Pusat Belanja Sepi, Benarkah Karena Daya Beli Lesu?*. Dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3675110/banyak-pusat-belanja-sepi-benarkah-karena-daya-beli-lesu>
- Kusumadewi, N. M. W. (2018). Peran Emosi Memediasi Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Perilaku Pembelian di Karakter Kopi. *E-Jurnal Manajemen*, 7(12), 6815-6841.
- Kusumowidagdo, A. (2012). Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja Studi Atas Pengaruh Gender Terhadap Respon Pengunjung Toko. *International Research Journal of Business Studies*, 3(1).
- Liaw, G.F. (2007). The Influence of Multiple Store Environment Cues on Shopping Mood and Patronage Satisfaction. *7th Global Conference on Business and Economics*. Rome, Italy.
- Loureiro, S.M.C., Koo, Dong-Mo, & Ribeiro, L. (2015). Effects of Atmospheric on Emotions and Intention with Respect to Involvement under Different Shopping Environments. In Gaetano Aiello, Raffaele Donvito and Tiziano Vescovi (eds.). *Global Branding and Country of Origin: Creativity and Passion*. Chapter 7, (pp. 79-103). *Routledge, Taylor and Francis Group, Abingdon, Oxford, UK. ISBN 13: 978-1-138-80161-5*.

- Madjid, R. (2014). The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 3(10), 11-19.
- Maki, V. A. A., Massie, J. D., & Soepeno, D. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departemen Store Mega Trade Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Mattila, A. S., & Wirtz, J. (2008). The role of store environmental stimulation and social factors on impulse purchasing. *Journal of Services Marketing*, 22(7), 562-567.
- Miswanto, M., & Astuti, L. (2018). PENGARUH LINGKUNGAN TOKO TERHADAP UJI PEMBELIAN DAN EMOSI POSITIF (Studi Kasus Konsumen Hypermarket di Yogyakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), 37-55.
- Nofiauwaty., Yuliandi, B. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Nyenyek Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 12(1), 55-73.
- Pragita, A. A., DH, A. F., & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Baker's Kings di Mall Olympic Garden Malang). *PROFIT (JURNAL ADMINISTRASI BISNIS)*, 7(1).
- Rachman, D. A. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WAJAN MAS KUDUS). *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, 1-8.
- Reily, M. (2018, Mei 24). *Harga Produk Retail Bisa Naik 5% Akibat Pelemahan Rupiah*. Dari <https://katadata.co.id/berita/2018/05/24/harga-produk-retail-bisa-naik-5-akibat-pelemahan-rupiah>

- Riduwan, Kuncoro, Engkos A. (2008), Cara menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). *Alfabeta, Bandung*.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Sarwono, J. (2012). Mengenal PLS-SEM. *Yogyakarta: CV. Andi Offset*.
- Sekaran, U., Bougie, R. (2010). Edisi 5, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley @ Sons.
- Sekaran, U., Bougie, R. (2013). Edisi 6, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley @ Sons.
- Setiawan, S. R. (2015) ATMOSFER TOKO, EMOSI KONSUMEN DAN PERILAKU PEMBELIAN PADA TOKO ROTI. *Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya*.
- Sinaga, I., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2012). Stimulus Store Environment dalam Menciptakan Emotional Response Dan Pengaruhnya terhadap Impulse Buying (Survei pada Pembeli di Carrefour Mitra I Malang). *PROFIT (JURNAL ADMINISTRASI BISNIS)*, 6(2).
- Solomon, M. R., Gary, B. & Askegaard S. (2010). Consumer Behavior: A European Perspective. Fourth Edition. *New Jersey: Prentice Hall*.
- Sugianto, D. (2017, Desember 25). *Sevel, Matahari, Hingga Debenhams Tutup Gerai di 2017*. Dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3785113/sevel-matahari-hingga-debenhams-tutup-gerai-di-2017>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, E. A., DH, A. F., & Yaningwati, F. (2012). Suasana toko dalam menciptakan emosi dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (survey pada pengunjung retail Hypermart Malang Town Square Kota Malang). *PROFIT (JURNAL ADMINISTRASI BISNIS)*, 6(1).
- Tunjungsari, S. V., Fauzi DH, A., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh store atmosphere (suasana toko) terhadap emosi serta dampaknya pada keputusan pembelian (survei pada pembeli di Ria Djenaka Cafe dan Resto, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 30(1), 1-7.
- Utomo, T. J. (2009). Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 4(1).
- Utomo, T. J. (2011). Persaingan bisnis ritel: tradisional vs modern. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 6(1).
- Verina, E., Yulianto, E., Latief, W. A. (2014). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO FASHION DI JEJARING SOSIAL FACEBOOK (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 10*.
- Xu, Y. (2007). Impact of store environment on adult generation Y consumers' impulse buying. *Journal of Shopping Center Research*, 14(1), 39-56.