

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Elvi Robiatul. Penurunan Konsumsi Tekan Bisnis Minimarket. 12 Januari 2016. ANTARA. <http://www.harnas.co/2016/01/12/penurunan-konsumsi-tekan-bisnis-minimarket>. (Diakses pada 15 Juni 2016).
- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Amiri, Farhad *et al.* *Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors Effects on Impulse Buying of Customers and Condition of Interrelation between These Factors. Journal of Basic and Applied Scientific Research* 2(9)9413-9419. Iran, 2012.
- Aryadini, Ria Fauziah. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif pada Konsumen Produk Fashion di Jakarta. (Fakultas Ekonomi Program Ekstensi Manajemen Universitas Indonesia. Depok, 2012).
- Bahri, Syamsul *et al.* Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Atmosfir Gerai dan Nilai Hedonik Terhadap Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*) Pelanggan ramayana *Department Store Kupang*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol 5. No. 2. 2015.
- Berman, Barry dan Joel R Evans. *Retail Management: A Strategic Approach Eight Edition*. New York: Prentice Hall, 2010.
- Dune, P dan Lusch, R. *Retailing 6th edition*. Mason: Thomson Higher Education, 2008.
- Foroughi, Amir *et al.* *Impulse Buying Behaviour and Moderating Role of Gender among Iranian Shoppers. Journal of Basic and Applied Scientific Research. Bangi : University Kebangsaan Malaysia*, 2013.
- Foster, Bob. Manajemen Ritel. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2008.
- Fitriani, Rahma. Studi Tentang *Impulse Buying* Pada *Hypermarket* di Kota Semarang. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.

- Gunawan, Hendra. Sevel Pertimbangkan Tutup atau Relokasi 30 Gerai. 11 Januari 2016. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/01/11/sevel-pertimbangkan-tutup-atau-relokasi-30-gerai?page=1>. (Diakses tanggal 7 Juni 2016).
- Hawkinks, Del I dan David L Mothersbaugh. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York : McGraw Hill Education, 2014.
- Haq, Mirza A *et al.* *Measuring The Mediating Impact Of Hedonic Consumption on Fashion Involvement and Impulse Buying Behavior*. Vol. V Issue 3, September 2014.
- How and Why Shoppers Make Unplanned Purchase. <https://www.ideasforleaders.com/ideas/how-and-why-shoppers-make-unplanned-purchases>. (Diakses tanggal 30 April 2016).
- <http://7elevenid.com/company/>. (Diakses tanggal 8 Juni 2016).
- <http://7elevenid.com/promo/3/>. (Diakses tanggal 9 Juni 2016).
- I'sana, Allan Dwi. Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below the Line, Dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sri Ratu Pemuda Department Store. Semarang. *Tesis* Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013.
- Jane, Rini. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Studi Pada Kosmetik Sephora Plaza Indonesia. FISIP Universitas Indonesia. Jakarta, 2015.
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Katalog family mart terbaru periode 1-15 Juni 2016. <http://www.harga-promo.com/2016/02/katalog-promosi-family-mart-terbaru.html>. (Diakses pada 15 Juni 2016).
- Konsultan Solusi. 7 Eleven Mencuri Pangsa Pasar yang Dikuasai Dua Raksasa Minimarket Di Indonesia. <https://konsultansolusi.com/tag/7-eleven-indonesia/>. (Diakses tanggal 7 Juni 2016).
- Konsumsi Masyarakat Anjlok, Penurunan Penjualan hingga 30 Persen. 21 Juli 2015. <http://www2.jawapos.com/baca/artikel/20504/konsumsi-masyarakat-anjlok-penurunan-penjualan-hingga-30-persen>. (Diakses pada 15 Juni 2016).

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga, 2008.
- Kurniawan, Albert. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Kusmanto, Felix. Rahasia Fenomena Kedai 7-Eleven Jakarta. 11 Juni 2011. <https://felixkusmanto.com/2011/06/11/rahasia-fenomena-kedai-7-eleven-jakarta/>. (Diakses tanggal 9 Juni 2016).
- Kuncoro, Mudrajad. Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Ledyana, Rebekka. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Hedonic Shopping Value* dan *Utilitarian Shopping Value* Studi Kasus Pengunjung Gerai Carrefour di Jabodetabek. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta, 2014.
- Marketer Editor. Belajar dari 7 Eleven Merebut Hati Anak Muda. 31 Mei 2011. <http://marketeers.com/new/belajar-dari-7-eleven-merebut-hati-anak-muda/>. (Diakses pada 7 Juni 2016).
- Mengenal Fast Moving Consumer Goods. 12 Juni 2014. [http://www.kompasiana.com/cindysundari/mengenal-fast-moving-consumer-goods\\_54f70194a33311d6218b4583](http://www.kompasiana.com/cindysundari/mengenal-fast-moving-consumer-goods_54f70194a33311d6218b4583). (Diakses tanggal 8 Juni 2016).
- Murhayati, Fanny. FMCG Monitor Q2 July 2016. 31 Oktober 2016. <http://www.kantarworldpanel.com/id/News/FMCG-MONITOR-Q2--JULY-2016>. (Diakses pada 1 Desember 2016).
- Neraca. Konsumen Rumah tangga Cenderung Lebih Banyak. 22 Mei 2015. <http://www.neraca.co.id/article/54131/konsumen-rumah-tangga-cenderung-belanja-lebih-banyak-hasil-riset>. (Diakses tanggal 7 Juni 2016).
- Novita, Tina. Materi Public Expose. 24 November 2015. [http://moderninternasional.co.id/uploads/financial\\_reports/Materi\\_Public\\_Expose\\_2015\\_-\\_IDX.pdf](http://moderninternasional.co.id/uploads/financial_reports/Materi_Public_Expose_2015_-_IDX.pdf).
- Ozen, Hilal dan Nil Engizek.. *Shopping online without thinking: being emotional or rational?. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 26 Iss 1, 2014. Emerald Group Publishing Limited 1355-5855

- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta : Salemba Empat, 2014.
- Promosi 7-Eleven Big Bite. 25 Februari 2016. <http://www.situspromosi.com/promosi-7-eleven-big-bite-hingga-31-maret-2016/>. (Diakses tanggal 9 Juni 2016).
- Promo terbaru LAWSON Indonesia. <http://www.dimanabelanja.co.id/jakarta/promo/lawson-indonesia>. (Diakses pada 15 Jnu 2016).
- Pramesti, Getut. *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Priyatno, Duwi. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2010.
- Rahmayanti, Berlian Ayu. *Pengaruh Persepsi Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif Pada Konsumen Di Malang Town Square*. Skripsi Fakultas Psikologis Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang, 2015.
- Ratih, Dwi. 30 September 2014. <http://boomee.co/business/buzz-7-eleven-mengungguli-family-mart-dan-circle-k-di-twitter/>. (Diakses pada 28 September 2016).
- Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV Mandar Maju, 2011.
- Sihombing, Rico. *Komplain Info*. 17 Agustus 2015. <http://komplain.info/mini-market/2015/03/06/keluhan-pelayanan-7-eleven.html/attachment/seven-eleven>. (diakses pada 13 Juni 2016).
- Silvera, David H *et al. Impulse Buying : The Role Of Affect, Social Influence, And Subjective Welbeing, Journal of Consumer Marekting* 25/1. p.323. 2008.
- Siap-siap! Daya Beli Melemah, Dunia Usaha Bakal Adakan Diskon Besar-besaran. 21 Juli 2015. <http://m.jpnn.com/read/2015/07/21/316166/Siap-siap!-Daya-Beli-Melemah,-Dunia-Usaha-Bakal-Adakan-Diskon-Besar-besaran->. (Diakses pada 15 Juni 2016).
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior Buying Having and Being Tenth Edition*. Kendaville : Pearson Education, 2013.

- Sujawerni, V Wiratna.. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2014.
- Sumanto. Teori dan Aplikasi Metode Penelitian. Jakarta : CAPS, 2014.
- Sunyoto, Danang. Perilaku Konsumen : Panduan Riset Untuk Mengenal Konsumen. Jakarta : CAPS, 2013.
- \_\_\_\_\_. Manajemen Bisnis Ritel. Jakarta : CAPS, 2015.
- Susilo, Yongki Surya.. Ini Jamannya Shopping Experience. 3 Juni 2011. <http://www.marketing.co.id/yongky-surya-susilo-ini-zamannya-shopping-experience-2/>. (Diakses tanggal 30 April 2016).
- Top Brand Kategori *Convenience Store*. [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2). (Diakses pada 28 November 2016).
- Utami, Christian Widya. Manajemen Ritel Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat, 2010.
- Utami, Okky Ratna dan Ni Made Rastini. 2015. Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko Pada *Impulsive Buying* di Hypermart Mal. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol 4. No 5, 2015. ISSN : 2302-8912
- Wawa. Menjadi Barista Sesuka Hati 22 Oktober 2012. <http://health.kompas.com/read/2012/10/22/21363182/menjadi.quotbaristaquot.uot.sesuka.hati>. (Diakses pada 8 November 2016).
- Winarto, Yudho. 7-Eleven membidik 50 gerai baru lagi. 8 Mei 2015. <http://industri.kontan.co.id/news/7-eleven-membidik-50-gerai-arua-lagi>. (Diakses tanggal 8 Juni 2016).
- Yistina, Ni Nyoman Manik. Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan. Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Vol 6 No 2, Agustus 2012.
- Zoel. Ritel Harus Menjadi Bagian Dalam Hidup. 4 Oktober 2014. <http://www.marketing.co.id/ritel-harus-menjadi-bagian-dari-gaya-hidup/>. (Diakses tanggal 7 Juni 2016).