

DAFTAR PUSTAKA

- Arum, S., dan Nurkhayati, I., 2013. *Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kfc Cabang Banyumanik Semarang. Teknis* Volume 8, Nomor 1.
- Bastow-Shoop, H., Zetocha, D., and Passewitz, G., 1991. *Visual merchandising: A guide for small retailers*. Iowa: University Publications, p.1. <http://ejournal.unsrat.ac.id/article/view>. Diakses 03/12/2014.
- Badan Pusat Statistik Kab. Gresik, 2014., *Kecamatan Kebomas Dalam Angka , 2014*.
- Belch, G. E., dan Belch, M. A., 2009., *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Darmayanti. 2008. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Pada Butik Rudi Collection Tangerang.” Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
- Devi, P. P., dan Sellappan, R. 2009. *Service Quality at Retail Stores-Customers' Perception. JK Journal of Management & Technology*, Volume 1, Number 1.
- Fenny, Fecilia Lumintang , 2013, “Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle Pada Online shop”, *Jurnal Administrasi Bisnis (2013)*, Vol.6, No.2: hal. 14 - 28
- Gültekin, B., dan Özer L., 2012, *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying*, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 4, No. 3, Maret: pp. 180-189, (ISSN: 2220-6140).
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program Spss*, Edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- <http://www.alfamidiku.com/profil/>. Diakses 03/12/2014.
- Iqbal, Azmiya et. al. 2011. *Visual Merchandising and Customer Appeal*, Bahrain: *Birla Institute of Technology*. <http://congreso.us.es/gpyde/DOWNLOAD/a9>. Diakses 03/12/2014.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2001., *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler., Keller. Diterjemahkan oleh Molan, B. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Olivia, Gunawan., 2013, "Pengaruh Visual Merchandising dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour yang di Mediasi Impulse Buying Tendency Pada "Etude House" Grand City Mall di Surabaya", *Jurnal Orasi Bisnis*, Edisi Ke Viii
- Rook, D. W. dalam engel., et al. (1995), "Traits and Normative Aspects of Impulse Buying Behavior", *Journal of Consumer Research*, vol 22, no. 3, pp. 305-313. <http://saicon2011.ciitlahore.edu.pk/Management/1252A.pdf>. Diakses 03/12/2014.
- Sarwono, Jonathan, 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Penerbit Graha Ilmu.
- Selvaraj, A. and Swaminathan, N., 2011. *Consumers' perception of food packaging in Trinidad, West Indies and its related impact on food choices. International Journal of Consumer Studies*, 29(6), pp.508-514.
- Sujana, A., 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supatra, Michelle, I., dan Retnawati, B.B., 2009. *Pengaruh Tanggapan Konsumen Terhadap Ritel Modern Baru 2010 Di Kota Semarang Terhadap Perubahan Perilaku Pembelian. BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 13, Nomor 2, hlm. 130-138.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L., 2004., *Consumer Behavior*, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. 2008. *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Utami, C. W., 2010, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jagakarsa, Jakarta: Salemba Empat.
- Vinamra, J., Ashok, S., and Pardeep, N., 2012. *Impact of visual merchandising and sales promotion on impulse buying behavior towards women's apparel. International Journal of Research in Management*, 5(2), pp.106-119.
- Wawancara, Rudi Supervisor., Alfamidi Cabang GKB, Kab. Gresik., 2015.