

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, R., Kartini, D., Sendjaja, T. P., & Yunizar. 2010. *Gaya hidup hedonis*. Bandung: Unpad Press
- Arnold, M. J., dan Reynolds, E. K.. 2003. *Hedonic Shopping Values*, *Journal of Retailing*. Vol.79, pp. 77-95
- Chusniasari, dan Prijati. 2015. Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Hedonic Shopping* Terhadap *Impulse Buying* Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No. 12: 1-21
- Darma, L. A., dan Japarianto, E. 2014. Analisa Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Lifestyle* dan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 8, No.2: 80-89
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Bisnis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 5*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2001. *Ekonometrik Dasar*. Erlangga.
- Hatane, Semuel. 2005. Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 7, No. 2
- . 2006. Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen *Online* dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Universitas Kristen Petra*, 8(2) h: 101-115
- Hursepuny, Crusyta Valencia dan Oktafani, Farah. 2018. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Shopee\_ID. *e-Proceeding of Management : Vol.5, No.1*
- Ibrahim, Julianto Yahya, Ratih Tresnati dan Septiana Estri Mahani. 2017. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Pada Distro Kizaru Di Kota Bandung. *Jurnal Prosiding Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung Volume 3 No. 1*
- Japariyanto, E. dan Sugiharto, Sugiyono. 2011. Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Masyarakat *High Income* Kota Surabaya. *Jurnal Menejemen Pemasaran* Vol 6 No1 32-41.
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas Jilid 1. Indeks, Jakarta

- Lestari, I. P, dan Oetomo, H. W. 2014. Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Customer Flashyshop. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 3, No. 7: 1-17
- Mowen, John C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Jakarta: Erlangga
- Park, Eun Joo., Eun Young Kim., Judith Cardona Forney, 2005. *A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior*. *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol.10, No. 4
- Pasaribu, Lia Octaria dan Dewi, Citra Kusuma. 2015. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Pada Toko *Online*: Studi Pada Toko *Online* Zalora. Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
- Santoso, Singgih. 2001. Buku Latihan SPSS. Edisi Kedua. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2012. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS Tuntutan Praktis Dalam Menyusun Skripsi. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Sekaran, Uma. 2001. *Research Methods For Business* Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi, Cetakan ke-4. Jakarta : Kencana.
- Sofiyudin, A. 2015. Pengaruh *Utilitarian Value* Dan *Hedonic Value* Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Point Cabang Colombo Yogyakarta. *Skripsi*. Jurusan Manajemen FE UNY
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Alfabeta, Bandung
- Suhartini, Yuniar Indah, Rodhiyah dan Sari Listyorini. 2016. Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus pada Konsumen Matahari Departement Store di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Volume 5 Nomor 1*

- Septiarini, Ratna Dias Ayu. 2016. Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* Dan *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Pada Konsumen Sakola Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- To, P. L., Liao, C., & Lin, T. H. 2007. *Shopping Motivations On Internet: A Study Based On Utilitarian And Hedonic Value*. *Technovation*. 27, 774-787.
- Trang, T. M., Nguyen, T. D., & Barrett, N. J. 2007. *Hedonic Shopping Motivations, Supermarket Attributes, And Shopper Loyalty In Transitional Markets – Evidence From Vietnam*. University of Technology, Sydney, Australia.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empa
- Utami, B. 2016. Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap *Impulse Buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara. Skripsi. Jurusan Manajemen FE UNY
- Verplanken, B., & Herabadi, A. 2001. *Individual Differences In Impulsive Buying Tendency: Feeling And No Thinking*. *European Journal of Personality*. 15, S71-183
- Wathani, Fikrah. 2009. Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau dari Peran Gender. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara
- Yistiana, Ni Nyoman Manik, Ni Nyoman Kert Yasa dan I. G. A. Ketut Gede Suasana. 2012. Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Retail Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Departement Store Duta Plaza. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 6. No. 2. pp 139-149