

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., dan A. L. Biel. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Arifianti, R. 2011. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying pada Hypermarket di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi Indonesia*:12
- Cahyorini, A., dan E. Z. Rusfian. 2011. “The Effect of Packaging Design n Impulse Buying”. *Jurnal of Administrative Science & Organization*. Vol. 1 (4).
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Herukalpiko, D. K. D., A. E. Prihatini dan Widayanto. 2013. Pengaruh Kewajaran Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen Robinson *Department Store* Semarang. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(2), pp: 152-170.
- Husnain, M., dan M. W. Akhtar. 2016. Impact of Branding on Impulse Buying Behavior: Evidence from FMCG’s Sector Pakistan. *International Journal of Business Administration* Vol. 7, No. 1.
- Imalana. M. 2012. Analisis Motivasi Konsumen Online Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Transaksi C2c Commerce (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus). *Skripsi*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- I’sana, A. D. 2013. Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Below the Line, Dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sri Ratu Pemuda Department Store. *Skripsi*. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Japarianto, E dan S. Sugiharto. 2011. Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6 (1).
- Kasimin, P. P. Dhiana dan M. M. Warso. 2015. Effect Of Discounts, Sales Promotion And Merchandising On Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*:5

- Kosyu, D. A., K. Hidayat, dan Y. Abdillah. 2014. Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* Terhadap *Shopping Lifestyle* dan *Impulse Buying* (Survei pada Pelanggan *Outlet Stradivarius* di *Galaxy Mall Surabaya*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 14 No. 2.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P and G. Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid I Edisi 6, Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. indeks-Prentice Hall. Jakarta.
- Lestari, I. P. 2014. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Melalui *Positive Emotion Customer Flashy Shop Surabaya*. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Levy, M. 2009. *Retailing Manajemen*. 7Ed. Mc Graw Hill. New York. Alih Bahasa Salim, L. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Liapati, G., Assiouras, I., dan D. Jean-Marc. 2015. The Role of Fashion Involvement, Brand Love And Hedonic Consumption Tendency in Fashion Impulse Purchasing. *Journal of Global Fashion Marketing*, Vol.6 No.4, pp. 251-264.
- Manggiasih, F. P., Widiartanto, dan B. Prabawani. 2013. Pengaruh *Discount, Merchandising, Dan Hedonic Shopping Motives* Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Ilmu Administrasi*. Vol. 6. No. 2.
- Mowen, J.C., dan M. Minor. 2008. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.
- Mulianingrum, W. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Merek Super T-Shirt. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Solo.
- Mulyono, F. 2013. Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2012), Vol.8, No.1.
- Park, E. J. 2006. "A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior". *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol.10.(4).
- Prastia, F. E. 2013. Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying Behaviour* Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, pp. 1-6.
- Prayoga, L. 2008. Mall Untuk Wisata, Kenapa Tidak?. *Indonesia Tourism News*, 11.

- Prihastama, B. V. 2016. Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket. *Skripsi*. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Putra, B. P. 2014. Analisis Pengaruh Promosi, Emosi Positif Dan Store Environment Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Skripsi*. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Diponegoro.
- Rachmawati, V. Hubungan Antara *Hedonic Shopping Value, Positive Emotion*, Dan Perilaku *Impulse Buying* Pada Konsumen Ritel. *Jurnal Majalah Ekonomi*. Vol. 19. No. 2.
- Schiffman, L.G. & L. L. Kanuk, 2011, *Perilaku Konsumen*, Indeks. Company, Jakarta.
- Setiadi, N. J. 2009. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabet. Bandung.
- Tan, L. 2009. *The new way of lifestyle, Grand Indonesia Magazine*, 4.
- Tawarik, A. R.Y., S. L. Mandey, dan H. N. Tawas. 2014. Merek Dan *Fashion Involvement* Pengaruhnya Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Konsumen. *Jurnal EMBA 975 Vol.2 No.2*.
- Temaja, W. B., Rahanatha, G. B., dan N. N. K. Yasa. 2015. Pengaruh *Fashion Involvement, Atmosfer Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying* Pada Matahari *Department Store* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No. 6.
- Tirmizi, A. M., Rehman, Ur, Kashif dan S. M. Iqbal, 2009, an Empirical Study Of Consumer Impulse Buying Behavior In Local Markets, *European Journal of Scientific Research*, Vol. 28, no: 4, pp: 522-532.
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Wardhani, C. S. A. 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan Konsumen *Girly Accesories* Jember. *Skripsi*. Universitas Jember.

Wulansari, N. P. R. dan N. K. Seminari. 2015. Analisis Pengaruh *Store Environment* dan *Brand Image* terhadap *Impulse Buying* pada Delta Dewata Supermarket. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 4, No. 9, 2015:2478-2490 ISSN:2302-8912.

Zaichkowsky, J.L., 2008, Measuring the Involvement Construct in Marketing. *Journal of Consumer Research*, 12 (12), pp. 341-352.

