

DAFTAR PUSTAKA

Amanda dan Edwar.2013.*Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Gianth Hypermart Diponegoro Surabaya.*

Berman, B. and Evans, Jr. (2007). *Retail Management: A Strategic Approach* (10th ed.). Prentice Hall.

Hair, et al.2013.*Multivariate Data Analysis*.Pearson Education Inc.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Cetakan ke 5. Semarang :Badan Penerbit UNDIP.

Japariyanto, E. dan Sugiharto (2011).*Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income kota Surabaya.* Jurnal Manajemen Pemasaran vol 6, pp. 32-41.

Kim, Easton. (2011). Hedonic Tendencies and The Online Consumer : An Investigation of The Online Shopping Process. *Journal of Internet Commerce*. Vol 10, pp. 68–90.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12.Jilid 1.Erlangga. Jakarta.

Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga

Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga

Kurniawandan Kunto.2013.*JurnalPemasaranPETRA*.Vol. 1 No. 2.2013.Surabaya :Badan Penerbit Universitas Kristen PETRA.

Park, Kim, Forney. (2006). A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behaviour. *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol 10, pp. 433-446.

Puspasari, Sandra. 2015. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying melalui Emotional Response di Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya*.

Ratnasari dan Kusumawati. 2015. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 1 No. 1 Januari 2015*. Malang : Badan Penerbit Universitas Brawijaya.

Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour*, 7th Edition. Jakarta: PT. Indeks.

Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian administrasi*. Bandung : Alfabeta.

Utami dan Rastini. 2015. *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5. 2015. Bali : Badan Penerbit Universitas Udayana.

Yanthi dan Japarianto. 2014. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 2. Surabaya : Badan Penerbit Universitas Kristen PETRA. Jakarta : Salemba Empat.

Vazifehdost, Rahnama, Mousulan. (2014). Evaluation of The Influence of Fashion Involvement, Personality Characteristics, Tendency to Hedonic Consumption and Store Environment on Fashion-Oriented Impulse Buying. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol 5, pp. 2039-2117.

www.sindonews.com (diakses pada 18 Maret 2016, 20:34 WIB)

