

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, F., Jasour, J., Shirpour, M., & Elizadeh, T . 2012. *Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors Effects on Impulse Buying of Customers and Condition of Interrelation between These Factors*. J . Basic. Appl. Sci.Res., 2(9)9413-9419.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Jakarta: Graha Ilmu.
- Baron, R.A., Donn, B. 2003. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Bayu, P.P., Kusumadewi, N.M.W, Suryani, A. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Ramayana Department Store di Kota Denpasar*. Bali: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. (Unud).
- Belch, G.E., Belch, M.E. 2007. *Advertising and Promotion an Integrated marketing communication perspective*, New York: Mc Graw Hill.
- Cahyorini dan Rusfian. 2011. *The Effect of Packaging Design on Impulse Buying*. Journal of Administrative Science & Organization, 11-21.
- Cooper, D.R., Schindler P.S..2006. "*Bussines Research Methods*". 9th edition. McGraw-Hill International Edition.
- Cummins, Julian & Mullin, Roddy. 2004. *Sales Promotion Menciptakan Mengimplementasikan dan Mengintegrasikan program promosi penjualan* (Hesti Widyanigrum, penerjemah) Jakarta: Penerbit PPM.
- Darma, L.A., Japariato, F. 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.
- Deni, I.H. 2010. *Analisis Pengaruh Perubahan Merek Terhadap Keputusan pembelian Pada Matahari Department Store Karawaci*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
- Engel, et all.2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Erni. 2013. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada toko online*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Telkom.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hudleston Patricia, Minahan Stella. (2011). *Consumer Behavior: women and shopping*. New York: Business Expert Press (2011).

- Kanjaya, Dkk. 2010. *Retail Rules*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kotler, Philip, (2011). *Marketing Management*. 13rd edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Laros, Fleur J. M., & J an Benedict E. M. N Steenkamp. 2005. *Emotions in Consumer Behaviour*. Hierarchical Approach. Journal of Business Research.
- Loudon, D.L. dan Bitta, A.J.D., (1993). *Consumer behavior, Concept and Applications*. Fourth edition. Singapore: McGraw-Hill
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Cetakan pertama , Penerbit: UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Malhotra, Naresh K (2004). *Marketing Research an Apllied Orientation*. 2<sup>nd</sup> Edition New Jersey: Person Education.
- Mowen,J.C., dan Minor, M. 2010. *Consumer Behavior*, Prentice Hall,Inc.
- Omith, Mita. 2008. *Customer Sales Promotion* (promosi penjualan.25 Oktober 2008).
- Prasetya, Frendy. 2011. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Semarang: Universitas Diponegoro.
- Prayoga, B.P, Suryani, A., Dan Kusumadewi Nmw. 2014. *Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan dan Loyalitas pelanggan pada Ramayana Department Store di Kota Denpasar*. 2014. Bali: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.
- Rachmawati, V. (2009). Hubungan antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impulse Buying pada Konsumen ritel. *Majalah Ekonomi*. XIX(2): 192-209.
- Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Samuel, Hutane. 2005. *Respon Lingkungan Belanja*. Jurnal Manajemen dan Kewiraushaaan. Vol.7.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, LeslieLazae. (2007). *Consumer Behavior* 9<sup>nd</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Setyanto, J. (2008). *Masa Depan Pasar Tradisional*. Asparindo. Jakarta.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Trisnawati, Dian. 2006. *Keterkaitan antara Karakteristik Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Matahari Department Store Singosaren Surakarta*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Verhagen, Tibert., & Willemijn van Dolen. 2011. *The Influence of Online Store Beliefs on Consumer Online Impulse Buying; A Model and Empirical Application* *Information & Management*. 48 320-327.

Yessica, Tri A.P., & Edwar, Muhammad. 2014. *Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount terhadap Impulse Buying pada Konsumen Giant Hypermarket Diponegoro Surabaya*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

<http://lifesyle.sindonews.com/read/1073525/186/berbelanja-bisa-ciptakan-kebahagiaan-1451538846>

<http://upeks.co.id/kategori/sport-utama>

<http://infoduit.com/topics/lifestyle>

<http://www.kompasiana.com/gayahidup>

