

## DAFTAR PUSTAKA

- Applications, The United State of Amerika: McGraw- Hill Inc.
- Arnold, M.J., dan Reynolds, K.E. (2003, February). Hedonic Shopping Motivation. *Journal of Retailing*, 79, pp. 77-95
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6<sup>th</sup> Edition*. New York: Thomson-Learning.
- Cobb. J.C & Howyer. W. D. (1986). Planned versus Impulsed purchase behavior. *Journal of Retailing*, 62(4), pp. 384-409
- Coley, Amanda, & Brigitte Burgess. (2003). Gender differences in cognitive and affective impulse buying. *Journal of fashion Marketing and Management*. Vol 7. No. 3, pp. 282-295
- Ghozali, Imam, 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Uninersitas Diponegoro, Semarang.
- Hausman, A., (2000). A Multi- Method Investigation of Consumer Motivations in Impulse Buying Behavior. *Journal of consumer marketing* 17(5), 403 - 426
- Japarianto, E., Darma, L.A., (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, Oktober 2014
- Japarianto, E., Sugiono, S., (2011). Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, VOL. 6, NO. 1, April 2011: 32-41
- Kosyu, D.A., Hidayat, K., dan Abdillah, Y. (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 September 2014
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc

- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Levy, M & Weitz, B.A. (2009). *Retailing Management*. 7Ed. New York: Mc Graw Hill.
- Loudon, D.L., et al. (1993). *Consumer behavior Concepts and Applications*. 4<sup>th</sup> ed.: McGraw Hill
- Loudon, David L., and Albert J. Della Bitta. 2006. *Consumer Behavior: Concept and*
- Lumintang, F.F. (2013). *Pengaruh Hedonic Motives terhadap Impulse Buying melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop (Studi Kasus: Mahasiswa di Surabaya)*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala, Surabaya (Tidak Dipublikasikan).
- Mehrabian, A., and Russell, J.A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. in Fisher, Feffrey D., Paul A. Bell, and Andrew Baum (1984). *Environmental Psycholog*. 2nd ed. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Mowen, John C., dan Minor, Michael. 2001. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen Jilid Satu Edisi Kelima*. Diterjemahkan oleh; Lina Salim. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Mowen, John, C, dan Michael Minor. 2001. *Perilaku konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta : Erlangga.
- Notoatmodjo, S. (2002). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- POPAL. (2012). *Shopper Engagement Study*. (<http://www.popai.com/engage/docs/Media-Topline-Final.pdf>). Diunduh pada tanggal 20/11/2013.
- Rachmawati, V. (2009). Hubungan antara *Hedonic Shopping Value, Positive Emotion*, dan *Perilaku Impulse Buying* pada Konsumen ritel. *Majalah Ekonomi*. XIX(2): 192-209.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- SE Beauty., ME Ferrel. (1998). *Impulse Buying : its Modelling Precursors*. *Journal of Retailing* 74 (2), 169 – 191

- Semuel, Hatane. (2005). Respon lingkungan berbelanja sebagai stimulus pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.7,No.2,September 2005:152-170
- Tahalele,M.C., Pattipeilohy,V.R. (2014). Pengaruh Konsumsi Hedonis dan Emosi Positi Terhadap Perilaku Pembelian Impulse Pada Swalayan Alfa di Kota Ambon. *Benchmark Volume 2 , No 3 , Juli 2014*
- Tirmizi, *et al.* (2009). *An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behaviour in Local Mar-kets. European Journal of Scientific Research.* 28(4), p. 522-532.

