

DAFTAR PUSTAKA

- Ailawadi, Kusum L., Dant, Rajiv P., Grewal, Dhruv (2003). *Perceptual And Objective Performance Measures: An Empirical Analysis Of The Difference And Its Impact*. Marketing Science Institute, Hanover
- Angga (2006). Ternyata, Pria Juga Doyan Shopping. *Kapanlagi.com*, 8 Desember 2006 diakses dari <http://angga17.wordpress.com/2006/12/08/ternyata-pria-juga-doyan-shopping/>
- Arnold, M. J. & Reynolds, K. E. (2003). *Hedonic shopping motivations*. Journal of Retailing, Vol. 79, pp. 77-95
- Azwar, Saifuddin (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babin, B.J., Darden, W.R. & Griffin, M. (1994). "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value", Journal of Consumer Research, Vol.20, pp. 91-100.
- Benson, John (1994). *The Rise of Consumer Society in Britain*. London: Longman Publishing.
- Campbell, C (1997). *Shopping, pleasure and the sex war*. In: Falk, P., Campbell, C. (Eds.), *The Shopping Experience*. Sage, London, pp. 166–175.
- Danzinger, P.N (2006). *Shopping: Why We Love it and how Retailers Can Create the Ultimate Customer Experience*. Kaplan Publishing, Chicago.
- Dawson, S., Bloch, P.H., and Ridgway, N.M (1990). "Shopping Motive, Emotional States, and Retail Outcome". Journal of Retailing, 66 (Winter): 408-427.
- Dzulkarnaen, Noviar (2013). Orang Indonesia Konsumen Pembelanja Tertinggi di Wilayah Asia Pasifik. *LensaIndonesia.com*, 10 Desember 2013 diakses dari <http://www.lensaIndonesia.com/2013/12/10/orang-indonesia-konsumen-pembelanja-tertinggi-di-wilayah-asia-pasifik.html>
- Ekasari, Eya (2011). Ini Dia Perbedaan Perilaku Belanja Wanita dan pria. *Wolipop Detik.com*, 17 Oktober 2011 diakses dari <http://wolipop.detik.com/read/2011/10/17/112336/1745538/1141/ini-dia-perbedaan-perilaku-belanja-wanita-pria>
- Engel, James F., Blackwell. Roger D., and Miniard, P.W., (1994). *Consumer Behavior*. 7th edition. Orlando The Dryden Press, USA.
- Fischer, Eileen and Stephen J. Arnold (1994). "Sex, Gender Identity, Gender Role Attitudes, and Consumer Behavior", *Psychology & Marketing*, 11(2), 163-182.

- Handoko, Tri (2009). Metroseksualitas Dalam Iklan Sebagai Wacana Gaya Hidup Posmodern. *Academic Writing*, 6 November 2009 diakses dari <http://dgi-indonesia.com/metroseksualitas-dalam-iklan-sebagai-wacana-gaya-hidup-posmodern/>
- Hikmatul, Adrianto (2013). Pria Tak Senang Belanja, Itu Mitos. *Plasadana.com*, 23 September 2013 diakses dari <http://id.berita.yahoo.com/pria-tak-senang-belanja-itu-mitos-011030424--finance.html>
- Hine, T (2002). *I Want That!*. Harper Collins, New York.
- Japarianto, Edwin (2010). Analisa Faktor Type Hedonic Shopping Motivation dan Faktor Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, Vol.12.
- Jin, B and Kim, J.O (2003). *A Typology of Korean Discount Shoppers: Shopping Motives, Store Attributes, Outcomes*. *Internation Journal of Service Industry Management*.
- Kotler, Philip (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing)*. Jakarta: Penerbit PT Prehalindo.
- McClelland, D.C. (1987). *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.
- Mehrabian, A. and Russell, J.A., (1974). *An approach to Environmental Psychology*, In Fisher, Feffrey D., Paul A. Bell, and Andrew Baum (1984) *Environmental Psychology*, 2nd ed. New York: Holt, Rinchart and Winston.
- Mowen, JC dan Minor, M (1998). *Consumer Behavior Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mowen, J.C. (1995). *Consumer Behavior 4th Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Mulkan, Dede (2007). Perbandingan Perilaku Konsumen (*Consumer Behaviour*) di Pasar Tradisional Ujung Berung Bandung dan Pasar Modern BIP *Hypermart* Bandung. Makalah Ilmiah.
- Nugraha, Pepih (2011). Para Pria Mulai Menikmati Shopping. *Kompas.com*, 21 Juni 2011 diakses dari <http://www.yiela.com/view/1855741/para-pria-mulai-menikmati-shopping>
- Nurchayani, Dwi Indah (2011). Puas Berbelanja, Stress pun Hilang. *Okezone.com*, 22 Juni 2011 diakses dari <http://lifestyle.okezone.com/read/2011/06/22/195/471392/puas-berbelanja-stres-pun-hilang>

- Prabowo, Hardian (2010). Trend Perilaku Berbelanja Konsumen Pria di Indonesia. *Wordpress.com*, 1 April 2010 diakses dari <http://hardianprabowo.wordpress.com/2010/04/01/trend-perilaku-berbelanja-konsumen-pria-di-indonesia/>
- Prayogo, Oginawa R (2013). Yuk, Tengok Perilaku Belanja Kaum Pria. *Survey Kompas Gramedia*, 7 mei 2013 diakses dari <http://industri.kontan.co.id/news/yuk-tengok-perilaku-belanja-kaum-pria>
- Priyatno. (2010). Belajar Olah Data Dengan SPSS 17. Yogyakarta: Andi.
- Rachmani, Immanuella (2014). Belanja Sebagai Terapi. *Femina Pesona*, Edisi Mei 2014 diakses dari <http://www.pesona.co.id/majalah.edisi/on.issue/belanja.sebagai.terapi/009/003/61>
- Robbins, Stephen P (2002). Perilaku Organisasi, Edisi V. Jakarta: Pearson Education Asia.
- Rohman, Fatchur (2009). Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif Sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 7.
- Roscoe, J.T. 1975. *Fundamental Research Statistic for The Behavior Sciencess*. (2nd, ed), Holt, Rinehart and Winston. New York.
- Sachiko, Desi (2014). Jangan Heran Kenapa Wanita Suka Belanja. *Kompasiana*, 17 Januari 2014 diakses dari <http://m.kompasiana.com/post/read/627027/3/jangan-heran-kenapa-wanita-suka-belanja.html>
- Sardiman, A.M. (2007). Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sardiman, A.M. (2009). Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, Leon G, dan Leslie Lazar Kanuk (2008). *Perilaku Konsumen*. Petince Hall. Jakarta.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, L. (2004) *Consumer Behavior 8th Edition*, New Jersey: Pretince Hall.
- Sekartaji, Syzta (2012). Mengapa Wanita Suka Berbelanja. *Detik.com*, 31 Desember 2012 diakses dari <http://wolipop.detik.com/read/2012/12/31/133403/2130085/1133/mengapa-wanita-suka-berbelanja>
- Setyanti, Christina Andhika (2012). Pria dan Wanita Sama-sama Konsumtif. *Kompas.com*, 6 juni 2012 diakses dari <http://female.kompas.com/read/2012/06/06/14362011/Pria.dan.Wanita.Sama-sama.Konsumtif>.

- Solomon, Michael R dan Nancy J. Rabolt (2004). *Consumer Behaviour in Fashion*. Pearson Education Inc, London.
- Sugiyono (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo., Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., Kurniawan, A (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Swarbrooke, John and Horner, Susan (2003). *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Westbrook., Robert A., and Black, William. C (1985). “*Spatial Demand Models in an Intra-brand Context.*” *Journal of Marketing*. New York.
- Yang, B., Lester, D (2005). *Gender differences in e-commerce*. *Applied Economics* 37 (18), 2077–2089.