

DAFTAR PUSTAKA

- Fatchur Rohman, (2009). Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Malang.
- M. Rizwar Ghazali (2010). *Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Membeli*. Semarang.
- Hatane Samuel, Foedjiawati (2005). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetian Merek. *Jurnal manajemen & kewirausahaan*. Surabaya.
- Andres, Andy Susilo Lukito Budi (2012). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetian Merek.
- Felicia Abednego. (2011). Analisis Pengaruh Atmosfir Gerai Terhadap Penciptaan Emosi (*Arousal Dan Pleasure*), Perilaku Belanja (Motivasi Belanja *Hedonik* Dan Motivasi Belanja *Utilitarian*), Dan Terhadap Pendekatan Perilaku. Bandung.
- Ni Nyoman Manik Yistiani, Ni Nyoman Kerti Yasa, I G.A. Ketut Gede Suasana. (2012). *Pengaruh Atmosfer Gerai Dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik Dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza Di Denpasar*
- Dewi Urip Wahyuni. (2008) Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Bara. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, VOL.10. 30-37.
- Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan “Soto Angkring Mas Boed” Di Semarang)*. Ekonomi/Manajemen. Universitas Diponegoro Semarang.
- Octaviani Palantupen. (2010). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampoo*. Jakarta.
- Harum Murah Marpaung. (2006). Pola Konsumsi Masyarakat: Profil Perilaku Beli Konsumen D.I. Yogyakarta.
- Siti Chatijah, Purwadi. (2007). Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja. 4 (2). Yogyakarta.
- Adrian Hartanto, Jony Oktavian Haryanto. (2012). Pengaruh *Display*, Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Persepsi Harga Terhadap Intensi Pembelian dan Pembelian Tak Terencana.

Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Andi. Yogyakarta.

Jogianto Hartono. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis, salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Edisi 2011. BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta.

Belch/Belch. (2007). *Advertising And Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*. 7th edition. Mc-Graw Hill. New York.

J. Paul Peter, Jerry C. Olson. (2002). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. 6th edition. McGraw-Hill, Irwin. New York.

J. Paul Peter, Jerry C. Olson. (2005). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. 7th edition. McGraw-Hill, Irwin. New York.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

Sugioyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.

Sunjoyo, Rony Setiawan, Verani Carolina, Nonie Magdalena, Albert Kurniawan. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Alfabeta. Bandung.

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 1. Kencana. Jakarta.

Google.com

Google Cendikia.com

Wikipedia.com

BPS. (2012). Konsumsi Masyarakat Indonesia Meningkat. *Hukum Online.com*. senin 6 Agustus 2012 diakses dari (<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt501f9ab977200/bps--konsumsi-masyarakat-indonesia-meningkat>).