

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Alimul Hidayat. 2007. *Metode Penelitian Kebidanan dan Teknik Analisis Data*. Surabaya: Salemba.
- Cobb J.C. & Hoyer W.D., 1986, *Planned versus impulse purchase behaviour*. *Journal of Retailing*, 62(4), pp. 384-409.
- Darma, Lizamary Angelina, dan Japarianto, Edwin. 2014. *Studi Mengenai Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya*. Jurnal, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Ervia Ristiana. 2016. *Pengaruh gaya hidup berbelanja dan ketertarikan fashion terhadap perilaku pembelian impulsif pakaian distribution store (Distro) di Yogyakarta*. Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Frendy Prasetya. 2011. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang). Skripsi, Ekonomi-S1, Semarang; Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Ghozali, N. (2008). *Aplikasi Multivariat dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Diponegoro.
- H.M Nasir, Nur Multazami. 2016. *Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat kota Makasar*. Skripsi, Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin.
- Hatane, S., 2005, *Respons lingkungan berbelanja sebagai stimulus pembelian*. *Journal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Japarianto, E. and Sugiharto, S. 2011. *Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, pp.32-41
- Kim, J, 2003. *College Students' Apparel Impulse Buying Behavior in Relation To Visual Merchandising*. *Journal of Service Research*. Vol.8 No.3
- Kotler dan Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1, Alih Bahasa: Bob Sabran, M.M. Jakarta; Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.

- Kusuma, Ardian, 2014. *Studi Mengenai Pengaruh Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency, Dan Positive Emotion Terhadap Fashion 62 Oriented Impulse Buying Kalangan Remaja di Surabaya*. Jurnal, Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Surabaya.
- Levy, M and Weitz, B.A., 2009, Retailing Managament. Seventh Edition, Mc Graw-Hill Pattipeilohy, V.R., Rofiaty., & Idrus M.S (2013). *The Influence of the availability of Money and Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency and Positive Emotions Towards Impulse Buying Behavior in Ambon City (Study on Purchasing Products Fashion Apparel)*. International of Business and Behavioral Sciences Vol.3, No.8; August 2013.
- Mardiati, Lina, 2015. *Studi Mengenai Pengaruh Hedonic Shopping Motivations Terhadap Impulse Buying Behavior (Penelitian Pada Yogya dan Ramayana Departments Store Garut)*. Jurnal, Garut. Fakultas Ekonomi Universitas Garut.
- Marianty, R. 2014. Pengaruh Fashion involvement Emosi Positif dan Kecenderungan Konsumsi Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif. *Pasca Sarjana Universitas Atmajaya Yogyakarta*.
- Mowen, J.C. & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mulianingrum, Wikartika. (2010). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Merek Super T-Shirt. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Pentecost, R., & Andrews., L. (2009). *Fashion retailing and the bottom line : The effects of generational cohorts, gender, fashion fanship, attitudes and impulse buying on fashion expenditure*. Journal of Retailing and Consumer Services, 17(1).
- Pattipeilohy, V.R, Rofiaty anf Idrus, M.S. 2013. The Influence of The Availability of Money and Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency and Positive Emotion Towards Impulse Buying Behavior in Ambon City. *International Journal of Business and Behavioral Science*, 3(8)pp: 36-49
- Pentecost, R & Andrews, L. 2010. Fashion Retailing and Bottom Line : The Effects of Generational Chorot, Gender, Fashion Fanship, Attitudes, and Impulse Buying On Fashion Expenditure. *Journal Retailing and Costumer Service*, 17(3) pp :43-52
- Priyatno, Duwi. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ridwan dan Akdom, 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik*. Cetakan kedua, Penerbit: Alfabeta, Bandung.

- Rita, Erlina. 2015. *Pengaruh gaya hidup berbelanja dan keterlibatan fashion terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa strata 1 manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. Jember.
- Sekaran, Uma, (2007), *Research Methods For Business*,pp.166, Jakarta Selatan, Salemba Empat
- Semuel, Hatane.2006. *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja serba Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.8, No.2, September.101-115*
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Edisi revisi cetakan ketujuhbelas. Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. PT Buku Seru: Jakarta
- Suranta, S. 2013. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying*.pp:1-13.
- Tan,L.,April 2009, *The new way of lifestyle*, Grand Indonesia Magazine, 4.
- Tirmizi, MA.Dkk. 2009. *An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets. European Journal of Scientific Research*, Vol.28 No.4, pp. 522-532
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: Penerbit Andy.
- Umar, Husein. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Umum: Jakarta Variabel Mediasi, 63
- Vazifehdoost, H., Afshin R. & Sayed J.M 2014. *Evaluation of the Influence of Fashion Involvement, Personality Characteristics, Tendency to Hedonic*.