

## DAFTAR PUSTAKA

- Administrator Media Bisnis Online, 2014. 5 ciri pelayanan yang tidak disukai konsumen anda. [Mebios.com/5-ciri-pelayanan-yang-tidak-disukai-konsumen-anda/](http://Mebios.com/5-ciri-pelayanan-yang-tidak-disukai-konsumen-anda/)  
Diakses pada tanggal 23 Mei 2016, pukul 12.45 WIB.
- Alma, Buchri, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Alfabeta
- Anis Kurniawan, 2015. *10 Pengertian paradigma dari para ahli*. [www.gurupendidik.com](http://www.gurupendidik.com).  
Diakses pada tanggal 23 Mei 2016, pukul 10.30 WIB.
- Ballantine, P. W., Jack, R., and Parsons, A. G. 2010. Atmospheric cues and their effect on the hedonic retail experience, *International Journal of Retail and Distribution Management* Vol. 38 No. 8, pp. 641-653.
- Bayley, G. and Nancarrow, C. 1998. Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon, *Qualitative Market Research: An International Journal* Volume 1 Number 2, pp. 99-114
- Coley, A. and Burgess, B. 2003. Gender differences in cognitive and affective impulse buying, *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 7 No.3.
- Cottet, P., Lichtle, M. C., and Plichon, P. 2006. The role of value in services: study in retail environment. *Journal of Consumer Marketing* 23.
- Dede Sobirin, 2016. *Jolie Jogja Wirobrajan*, [wacana.siap.web.id/04/jolie-jogja-wirobrajan](http://wacana.siap.web.id/04/jolie-jogja-wirobrajan).  
Diakses pada tanggal 23 Mei 2016, pukul 12.30 WIB
- Harvey Dalegi, 2014, *Metode Analisis Data dan Penggunpulan Data*, <https://prezi.com>.  
Diakses pada tanggal 22 Mei 2016, pukul 08.15 WIB
- Hausman, A. 2000. A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17 No.5, pp. 403-419.
- Herabadi, A. G. 2003. *Buying Impulses: A Study on Impulsive Consumption*, *Disertasi*, Social Psychological Department, Catholic University of Nijmegen, Belanda.
- Kacen, J. J., and Lee, J. A. 2002. The influence of culture on consumer impulsive buying behavior, *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 12, No. 2, pp. 163-176
- Kotler & Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lipovetsky, *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy* dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, Cet-6, (Jakarta: Kencana Media Group, 2010)
- Ma'ruf, H. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT> gramedia Pustaka Tama

- Ni Nyoman Manik Yistiani, 2012. *Pengaruh atmosfer gerai dan pelayanan ritel terhadap nilai hedonik dan pembelian impulsif pelanggan Matahari Departement Store duta plaza di Dendasar*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 6. No. 2
- Scarpi, D. 2006. Fashion stores between fun and usefulness, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10, No. 1, pp. 7-24.
- Semuel, H. 2006. Dampak respon emosi terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif konsumen online dengan sumberdaya yang dikeluarkan dan orientasi belanja sebagai variabel mediasi, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 8 No.2, hal.101-115.
- Soars, B. 2009. Driving sales through shopper's sense of sound, sight, smell, and touch, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 37 No.3, pp. 286-298.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: ANDI
- The best, 2013, *Pengertian Setting*, [www.bimbingankonseling.blogspot.co.id](http://www.bimbingankonseling.blogspot.co.id).  
Diakses pada tanggal 22 Mei 2016, pukul 14.00 WIB
- Tjiptono, 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia
- Utami, 2010. *Manajemen Ritel*. Edisi 2
- Uma Sekaran, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4, buku 2: Jakarta
- Wijaya Hery, 2010. *Produk Fashion*. [Wijayahery.blogspot.co.id/2010/11/produk-fashion.html](http://Wijayahery.blogspot.co.id/2010/11/produk-fashion.html).  
Diakses pada tanggal 25 Mei 2016, pukul 17.20 WIB.
- Youn, S. and Faber, R. J. 2000. Impulse buying: its relation to personality traits and cues, *Advances in Consumer Research Volume 27*