

DaftarPustaka

- Ahmad kuncoro, Engkos dan Riduwan. 2008 *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta
- Darma, Lizamary Angelina dan Edwin Japariato. 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, Volume 8. Nomor2. ISSN 1907-235X.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Komestik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 7, Nomor2.
- 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, Imam 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS 19*, Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendaraningrum, retno dan M. EdySusulo. 2008. *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi*. Jurnal ilmu komunikasi, Volume 6.Nomor 2).
- Japariato, Edwin Dan Sugiono Sugiharto. 2011. *Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 6. Nomor1.
- Kusuma, Ardian. 2014. *Pengaruh Fashion Involvement, Hedonic Comsumption Tendency, dan Positive Emotion Terhadap Fashion-Oriented Impulse Buying Kalangan Remaja di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. Volume 3. Nomor 2.

- Kosyu, Dayang Asning, dkk. 2014. *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Volume14. Nomor 2.
- Kotler, philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Indeks,
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *ManajemenPemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *PrilakuKonsumen*. Jakarta: PenerbitErlangga.
- Nguyen, Trang TM., etal. 2007. *Hedonic Shopping Motivations, Supermarket Attributes ,and Shopper Loyaltyin Transitional Markets – Evidence from Vietnam*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol.19.
- Nugraha, G. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi Revisi II*. Jakarta: Ghalia Indosnesia.
- Ozen, Hilal., and Engizek, Nil. 2013. *Shopping online without thinking: being emotional or rational?. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 26 Iss 1 pp. 78 – 93.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. <http://forlap.dikti.go.id> diakses 3 Mei 2016.
- Paramita, Niza. 2015. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Volume 4. Nomor 1.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumen Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sugiyono. 2006. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta

Sugiyono.2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Santoso, S. 2009. *Statistik Multivariat*. Jakarta: Elek Media Komputindo.

Santoso, Slamet. 2015. *Penelitian Kuantitatif: Metode dan Langkah Pengolahan Data*. Ponorogo: UMPO Press.

Suhartini, Yuniar Indah, dkk. 2016. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Matahari Departement Store Di Kota Semarang)*. Administrasi Bisnis. Volume 5. Nomor 1.

Utami, C.W. 2010. *Managemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jagakarsa, Jakarta: Salemba Empat.

