

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, P. D. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dewi, L. O. (2015). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora*. *Bina Ekonomi* , 159-169.
- Dr. Sopiha, M. M. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Japarianto, L. A. (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* .
- Kadafi, M. d. (2017). Pengaruh *price discount dan in-store display terhadap impulse buying*. *Forum Ekonomi* .
- Kt.Giantari, N. P. (2016). Pengaruh *Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud* .
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philips. 2004. *Manajemen Pemasaran Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Loudon, D.L. & Bitta, A.J. 1993. *Consumer behavior : Concept and application*. Ed. 4. Singapore: McGraw-Hill.
- Park, Eun. J., & Forney, Cardona, J. 2011. *Assesing and Predicting Apparel Impulse buying*. *Journal of Global Fashion Marketing*, 2(1) pp: 28-35.
- Prijati, C. d. (2015). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pelanggan*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* .
- Sugiharto, E. J. (2011). Pengaruh *Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* .

SPSS Statistic 17.0

Sugiyono, 2006. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan kesembilan, Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D. Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset.

Usvita, M. (2016). Pengaruh *Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle* Dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* Pada Plaza Andalas Padang. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* .

Warmika, I. M. (2015). Pengaruh *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Fashion Yang Dimediasi *Positive Emotion* Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* .

Yahya, A. V. (2017). Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack, Dan Instore Display* Terhadap *Impulse Buying* Matahari. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* .