



DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, F., et al. (2012). *Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors Effects on Impulse Buying of Customers and Condition of Interrelation between These Factors*. Journal of Basic and Applied Scientific Research, pp. 9413-9419.
- Andrianto, D. S., et al. (2016). *Pengaruh Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 31, No. 1.
- Anggrani, S. (2012). *Pengaruh Sikap Konsumen pada Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi pada Promosi Penjualan dan Desain Kemasan Sabun Cair Dettol di Carrefour ITC Depok)*. Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia .
- Anggrawan, B. (2016). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Wisatawan Domestik terhadap Produk Pariwisata di Biro Perjalanan Wisata Bali*. Jurnal IPTA, Vol. 4 No. 1.
- Banerjee, S., dan Sunetra Saha (2012). *Impulse Buying Behaviour in Retail Stores - Triggering the Senses*. Asia Pasific Journal of Marketing & Management Review, Vol. 1, No. 2, pp. 1-21.
- Barnard, M. (2011). *Fashion Statements: Communication and Culture*. New York: Palgrave Macmillan.
- Chusniasari. (2015). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4, No. 12, pp. 1-21.
- Cooper, D. R., dan Pamela Schindler. (2014). *Business Research Methods* (12 ed.). McGraw-Hill.
- Dwiananti, R. et al. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press.
- Engel, J. F., et al. (2006). *Consumer Behavior*. Thomson.
- Ghanis, U., dan Farzand Ali Jan. (2011). *An Explanatory Study of the Impulse Buying Behaviour of Urban Consumers in Peshawar*. International Conference on Business and Economics Research, Vol. 1, pp. 157-159.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



- Herawati, A., et al. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Sembalang Semarang*. Diponegoro Journal of Social and Politic, Vol. 2, No. 2, Hal. 1-9.
- Hernawan. (2012). *10 Karakter Unik Konsumen Indonesia*. Retrieved from [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id): diakses 20 September 2017. <http://marketing.co.id/10-karakter-unik-konsumen-indonesia/>
- Hernando, P., et al. (2013). *Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinson Department Store Semarang*. Diponegoro Journal of Social and Politic of Science, pp. 1-9.
- Japariano, E., dan Sugiono Sugiharto. (2011). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat High Income Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6, No. 1, pp. 32-41.
- Jones, M. A., et al. (2003). *The Product-Specific Nature of Impulse Buying Tendency*. Journal of Business Research, Vol. 56(7), pp. 505-511.
- Kaceni, J. J., dan Julie Anne Lee. (2002). *The Influence of Culture on Consumer Impulse Buying Behavior*. Journal of Consumer Psychology, Vol. 12, No. 2, pp. 163-176.
- Kosyuhardjono, D. A., et al. (2014). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 14, No. 2, pp. 1-7.
- Kotler, P., dan Gary Armstrong. (2013). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management (14th Edition)*. USA: Prentice Hall.
- Mangunegara, A. P. (2009). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- O'Casey, A. (2004). *Fashion Clothing Consumption: Antecedents and Consequences of Fashion Clothing Involvement*. European Journal of Marketing, Vol. 38, No. 7.
- Park, S., dan Pauline Sullivan. (2009). *Market Segmentation With Respect to University Students Clothing Benefits Sought*. International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 37, No. 2, pp. 182-201.
- Prastika, F. E. (2013). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying Behaviour Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 2, No 4.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Schiffman, L. G., dan Leslie Lazar Kanuk (2007). *Consumer Behavior* (Ninth ed.). USA: Pearson Prentice Hall.

Sekaran, U., dan Roger Bougie. (2013). *Research Methods for Business* (Sixth Edition ed.). Wiley.

Sembiring, S. (2013). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey pada Konsumen di Toko "Top Man, Top Shop" di Paris Van Java Mall, Bandung)*. Universitas Komunikasi Indonesia.

Shomon, M. (2013). *Buying, Having, and Being* (10th ed.). Pearson.

Stem, J. (1962). *The Significance of Impulse Buying Today*. Journal of Marketing, Vol. 26, No. 2, pp. 59 - 62.

Supriyanto. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suharni, Y. I., et al. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 5, No. 1, pp. 1-10.

Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Temaja, I. K., et al. (2015). *Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6, pp. 1466-1482.

Tirmidzi, M. A., et al. (2009). *An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behaviour in Local Markets*. European Journal of Scientific Research, Vol. 28, No. 4, pp. 522-532.

Vishni, P., dan Ahmed Rizwan Raheem (2013). *Factors Influencing Impulse Buying Behavior*. European Journal of Scientific Research, Vol. 100, No. 3, pp. 67-79.

Wu, W.-C., dan Tzung-Cheng Huan. (2010). *The Effect of Purchasing Situation and Conformity Behavior on Young Students' Impulse Buying*. African Journal of Business Management, Vol. 4, No. 16, pp. 3530-3540.

Youn, S., dan Ronald J. Faber. (2000). *Impulse Buying: Its Relation to Personality Traits and Cues*. Advances in Consumer Research, Vol. 27, pp. 179-185.