



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

1. Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat
- Engel, Blackwell, dan Miniard(2012), *Consumer Behavior*. Singapore : Cengage Learning Asia.
- Jogiyanto, H.M. (2013), *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*, Edisi Kedua, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Phillip dan Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition, New Jersey : Pearson Education.
- Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitas dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Jurnal :

- Anggraeni, et al.(2016), "Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang." *Journal of Management*, Vol. 2 No.2 Maret 2016.
- Darma dan Japarianto (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*, Vol.8 No.2 Oktober 2014.
- Habibi, Mukhamad (2013), "Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry di Purworejo." *Segmen – Manajemen*.
- Laksana dan Suparna (2015), "Peran Motivasi Hedonis Memediasi Pengaruh Sifat Materialisme terhadap Perilaku Pembelian Impulsif secara Online." *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.4 No.6 2015:1661-1675.
- Lumintang, Fenny Felicia (2012), "Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle Pada Online Shop."
- Prihatini dan Susanto (2015), "Pengaruh Motif Hedonis dan Browsing terhadap Pembelian Impulsif pada Pembelian Online Produk Fashion." *Journal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* 2015.
- Purnama, Rangga Alam (2015), "Studi Deskriptif Mengenai Bentuk Impulse Buying Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran Usia 18-20 Tahun." Universitas Padjadjaran 2015.
- Rizaldi, Mufti (2016), "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone di Kalangan Mahasiswa Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.4 No.2 2016.
- Sandy, Angga Susanto (2013), "Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style." *Jurnal JIBEKA*, Vol. 7 No.2 Agustus 2013.
- Setyoningrum, Febe et al. (2016), "Pengaruh Hedonic Motives terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying." *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.37 No.1 Agustus 2016.



Syahputra et al. (2017), “Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Materialisme dan Pendapatan terhadap Shopping Lifestyle serta Dampaknya pada Pembelian Impulsif Online Produk Fashion pada Masyarakat Kota Banda Aceh.” Jurnal Manajemen dan Inovasi, Vol.8 No.3 Oktober 2017:65-75.

Tikker dan Pandowo (2016), “Pengaruh Motif Hedonis dan Lingkungan Belanja atas Pembelian Impuls di Manado terhadap Toko – Toko Retailer (Studi Pada Matahari Dept. Store).” Jurnal EMBA, Vol. 4 No.1 Maret 2016.

Internet :

- <http://data.boks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia> (diakses pada 10 November 2017)
- <http://www.starbucks.co.id/> (diakses pada tanggal 6 Februari 2018)
- <http://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia> (diakses pada 10 November 2017)
- <https://id.threads.com/jika-punya-perilaku-ini-berarti-kamu-hedonis/> (diakses pada 10 November 2017)
- https://www.kompasiana.com/novirakharmayna/fenomena-eksistensi_diri_578c945e6723bd65061a06f8(diakses pada 13 Desember 2017)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipannya 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.