



DAFTAR PUSTAKA

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

Andesti W.W . (2012), *Analisis Pengaruh Fashion Involvement, Hedonic Consumption, dan Positive Emotion Pada Impulse Buying Behavior*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Adrianto, D. Sukma; I. Suyadi dan Dahlan Fanani. (2016), *Pengaruh Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol.31 No.1.

Anastasia F., Rasimin BS dan Nuryati Atamimi. (2008), *Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja*, Jurnal Psikologi Vol.35, No.2.

Assau Sofjan. (2018), *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Cooper Donald R. dan Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi Kedua, New York: McGraw Hill Irwin.

Felicia Fenny., Rianda E. dan Sri Hartini. (2014), *Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme dan Gaya Hidup Hedonistic*, Jurnal Psikologia 2014 Vol. 9 No. 3.

Foster Bob. (2015), *Pengaruh Product Assortment dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulse Buying Pengunjung Trans Studio Mall (TSM) Bandung*. Jurnal Sosiohumaniora, Volume 17 No. 1.

Hair, Joseph F., William C. Black., Barry J. Robbin dan Rolph E. Anderson. (2014), *Multivariate Data Analysis*. Edisi Ke tujuh , US Amerika: Pearson Education.

Hirschman, Elisabeth C. dan Morris B. Holbrook. (1982), *Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions*, Journal of Marketing, Vol. 46, No. 3.

Indrati, Devi. (2015), *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian “Zoya”*, Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Juli – Desember Vol.15. No.2.

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



Japarianto, Edwin dan Sugiono Sugiharto. (2011), *Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 6 No.1.

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

Kavak, Bahtisen., Canan Eryigit., Oznur Ozkan Tektas dan Pinar Basgoze. (2010), *Effects of Hedonic-Utilitarian Motives and life style on Attitudinal-Behavioral Loyalty*, Boğaziçi Journal Vol. 24, no. 1-2

Kam, Kara. (2017), *Fashion From A to Z*, Jakarta: Penerbit Gramedia Widisarna Indonesia.

Kerry, Putu Dyah Permata dan Ketut Gede Sri Dwiya. (2017), *Pengaruh Hedonisme dalam Memediasi Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Generasi Milenial di Bali*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.2.

Kotler, Philip and Kevin Keller. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: ERLANGGA.

Latan, Hengky dan Imam Ghozali. (2017), *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0 Edisi 3*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Murugesan, G. dan Ravi Shankar Bhakat. (2013), *A Review of Impulse Buying Behavior*, International Journal of Marketing Studies Vol. 5, No. 3.

O’Carroll, Aron dan Craig Julian. (2001). Paper: *Fashion clothing consumption: studying the effects of materialistic values, self-image/product-image congruency relationships, gender and age on fashion clothing involvement*.

Penttila, J., Robin dan Lynda Andrews. (2009), *Fashion Retailing and the bottom line : The Effects of Generational Cohorts, Gender, Fashion Fanship, Attitudes and Impulse Buying in Fashion Expenditure*, Journal of Retailing and Consumer Services, 17(1).

Putra Aditya Halim Perdana Kusuma, Syahnur Said dan Sabri Hasan. (2017), *Implication of External and Internal Factors of Mall Consumers in Indonesia to Impulsive Buying Behavior*, International Journal of Business Accounting and Management Vol.2 Issue 4.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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 Volume 4 Nomor



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

Sangaji, Etta Mamang dan Sophia. (2014), *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: C.V ANDI.

Arilia Eka. (2014), *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. XIII No.1.

Harah, Uma dan Roger Bougie. (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi Keenam, Jakarta: Salemba Empat.

Shih, Irma. (2019), *Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle. Hedonic Shopping Value dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashiion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin*, At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 3 No. 1.

Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA

Sujarweni, V.Wiratama. (2014), *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Temas, I Km. Wisnu Bayu., Gede Bayu Rahanatha dan Ni Nyoman Kerti Yasa. (2015), *Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer took dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6.

Tirmidzi, Muhammad Ali., Kashiv U.R., dan M. Iqbal Saif. (2009), *An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behavior in Local Markets*, European Journal of Scientific Research, Vol. 28 No.4.

Wu, Chung Wu 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(16).