

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2010. *Strategic Market Management*. USA: Wiley.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2011. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 3 AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Belch, G.E & Belch, M.A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*, Edition 9. New York: McGraw Hill.
- Choudhary, S. 2014. “ Study of Impulse Buying Behavior of Consumer ”. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, Vol. 2, pp. 1 - 4.
- Cipta, Hendra. 2011. “ Analisis Penerapan Anggaran Berbasis Kinerja 1 “. *Jurnal Manajemen Kinerja*. Tanah Datar.Cipta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hsu, Jane Lu & Kai-Ming Chang. 2008. ” Purchase of Clothing and Its Linkage to Family Communication and Lifestyles Among Young Adults “. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(2).
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Indriantoro, Nur., & Supomo, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Karbasivar, Alireza., Yarahmadi, Hasti. 2011. “ Evaluating Effective Factors on Consumer Impulsive Buying Behavior ”. *Asian Journal of Business Management Studies*, Vol. 2. No. 4. Pp. 174 – 181.
- Kotler. Philip & Amstrong. Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lestari, I. 2014. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion Customer Flashy Shop Surabaya*, Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)

- Lumintang, F. Fenny. 2012. Pengaruh Hedonic Motives terhadap Impulse Buying melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop. *Artikel* Vol 1, No 6.
- Gultekin, B., & Ozer, L. 2012. “ The influence of hedonic motives and browsing on impulse Buying “. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4 (3), 180-189.
- Marzuki. 2010. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPFE UII.
- Musay, F.P. 2013. “ Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang “. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya. Malang
- Sangadji M.E. & Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Simamora, Henry. 2010. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior: buying having, and being*. 9 Ed. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- Stanton, William J. 2005. *Prinsip Pemasaran*. Cetakan Ketujuh. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip/Penerapan/Penelitian)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesi.*, Jagakarsa, Jakarta: Salemba Empat.
- Yistiani, N. 2012. “ Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Tidak Terencana Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza di Denpasar “. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana. Denpasar

