

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, D. S. (2016). Pengaruh Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang), 31(1), 42-49.
- Arnold, J. Mark, Reynold, E. Kristy, 2003. *Journal Of Retailing, Hedonic Shopping Motivations*, Vol.79, pp. 77-79.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal Of Retailin*, 74(2), 169-191.
- Coley, A., and Brigitte, B. (2003). Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. *Journal Of Fashion Markrting and Management*, 7(3), pp. 282-295.
- Darma, L. A., & Japariato, E. (2014). Analisa pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra, 8(2), 80-89. <http://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.80.89>
- Engel, James F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., 1995, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 (Edisi ke enam), Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2012). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam (2013) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- I Made Willy Setiadi & I Gede Ketut Warmika, (2015). Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Konsumen Fashion yang Dimediasi Positive Emotion di Kota Denpasar, 4(6), 1684-1700.
- Japariato, E. (2009). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya.
- Japariato, E dan Sugiharto, S. 2011. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involment Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1). 32 40.
- Japariato, Edwin, dkk, 2011. Pengaruh *Shopping Life Style* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Masyarakat *High Income* Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, VOL. 6, NO. 1. April 2011: 32-41*
- Jones, *et al.* dalam *Maymand and Ahmadinejad* (2011).

- Kotler, Philip. 1996. *Marketing*. Jilid 1 ( Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials). Diterjemahkan Oleh : Herujati Purwanto. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kwan, Oky Gunawan, 2016. Pengaruh *Sales Promotion* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabe Intervening Pada Planet Sport Tunjangan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1, April 2016 ISSN 1907-235X
- Darma, Lizamary Angelina, dkk, 2014. Analisis Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Shopping Lifestyle* Dan *Positive Emotion* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Mall Ciputra Word Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 ISSN 1907-235X
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 jilid 2. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Park, Joo., Kim and Forney. 2006. A Structural Model Of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior. *Journal Of Fashion Marketing And Management*. Vol. 10. No.4.pp:433-446.
- Plummer. J.1974. “The Concept and Application of LifeStyle Segmentation”, dalam *Journal Of Marketing 38b(January)*, Ppn33-37.
- Rachmawati, V. (2009). Hubungan antara *Hedonic Shopping Value*, *Positive Emotion*, dan Perilaku *Impulse Buying* pada Konsumen ritel. *Majalah Ekonomi*. XIX(2): 192-209.
- Santoso. 2011. Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat. PT Elek Media Komputindo. Jakarta.
- Scarpi, D. 2006. Fashion stores between fun and usefulness, *Journal og Fashion Marketing and Management*, 10(1).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (1990). *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Umar. H. (1999). *Metodeologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar. H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen jasa*. Jakarta: Graha Indonesia.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Verhgen, T., & Van Dolen, W. (2011). The Influence Of Online Store Beliefs On Consumer Online Impulse Buying: A Model And Empirical Application. *Information And Management*, Vol. 48, 320-327.

- Zablocki, B., & Kanter, R.M. 1976. The Differentiation Of Lifestyle. *Annual Review Of Sociology*, 269-297.
- Zhu, D. S., Lin, C. T., & Ho, C. T. (2011). Lifestyle Orientation And Contents Of Websites In Persons Industry. *Management And Marketing Challenges For The Knowledge Society*, Vol. 6, no. 4, 627-636.