

DAFTAR PUSTAKA

- Binkey, Sam. *Getting Loose: Lifestyle Consumption in the 1970's.USA* :Duke University Press. , 2007
- Browne, B. dan Kaldenberg, D.. *Conceptualizing self-monitoring: links to materialism and product involvement*. *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 14. No. 1. PP 31-44. 1997
- Ghozali, Imam, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2013.
- Hendariningrum, Retno & Susilo, M. Edy, “FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Nomor 2, Mei - Agustus 2008
- Japarianto, Edwin & Sugiharto Sugiono. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, VOL. 6, NO. 1, April 2011: 32-41 , 2011
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. “Manajemen Pemasaran”,14 edition. Pearson: United States. 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*.EdisiKesebelas. Jilid 1.(Benyamin Molan,Penerjemah). Jakarta :Indeks., 2005
- Liantifa, Melifia & Haryono, Gampo. *Discount, Promotion dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci)*, *E-Journal Al-Dzahab* Vol. 3, No.1 Maret 2022.
- Mowen ,John C. / Michael Minor. *Perilaku Konsumen*, edisi kelima jilid 1, Jakarta, Erlangga. 2002.
- Nazir, Moh. *Desain Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2005.
- Park, Joo, Kim & Forney. *A Structural Model of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(4), 433-446. 2005.
- Pattipeilohy, Victor Ringhard, Rofiaty, & M. S. Idrus. (2013), *The Influence of the availability of Money and Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency and Positive Emotions towards Impulse Buying Behavior in Ambon City (Study on Purchasing Products Fashion Apparel)*.

International Journal of Business and *Behavioral Sciences*, Vol. 3, No.8; August 2013

- Prasetijo, Ristiyanti, & J.O.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*, Penerbit Andi, 2005
- Samuel, Hatane. "Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 8, No. 2, September 2006: 101-115. 2006.
- Samuel, Hatane. "Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif ." *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2, No. 1. April 2007 :31-42. 2007.
- Samuel, Hatane. "Respon Lingkungan Belanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko serba Ada (Toserba)." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2, h. 152-170. 2005.
- Soejatmiko, Haryanto, *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada*, Yogyakarta: Jalasutra. 2008.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. 9 Edition. Prentice Hall, New Jersey. 2010 th
- Stern, H., , The significance of *Impulse Buying* today, *Journal of Marketing*, Vol. 26(4), pp. 59-62. April 1962
- Sujarweni, V. Wiratna. "Metodologi Penelitian". Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014
- Sunanto, Sandra & Istiharini. "Perilaku berbelanja fashion tradisional Indonesia: antecedents dan konsekuensi dari involvement konsumen." *Research Report - Humanities and Social Science*. Vol. 2. 2014.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya. 2002.
- Syahrivar, Jhanghiz & Randy Ardianto. The Impact Of Credit Card, Shopping Discount, Promotion Approach, And Store Layout Towards *Impulse Buying Behavior*. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* Vol-2, Issue-11, 2016
- Ujang, Ponti, Ahmad, et al.. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT.Penerbit IPB Press. 2011.

Utami, Christina Whidya, Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, edisi 2, Jakarta, Salemba Empat. 2006.

