

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U, Hui, P & Khan, M.K. (2016). 'Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables', *International Journal of u*, Vol.9, No.7.
- Darma, A.L., & Japarianto, E. (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, 2014, hlm. 80-89.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi.3, Semarang: CV. Indoprint.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Edisi.8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanto, Y.E. (2016). 'Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.10, No.1, 2016, hlm.11-19.
- Kartika, T.G.M, Rofiaty & Rohman, F. (2017). *Pengaruh hedonic shopping value dan atmosfer gerai terhadap keputusan pembelian impulsif dengan dimediasi reaksi impulsif*, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.4, No.2, hlm.188-196.
- Kosyu, A.D, Hidayat, K & Abdillah Y. (2014). 'Pengaruh hedonic shopping motives terhadap shopping lifestyle dan impulse buying survey pada pelanggan outlet Stradivarius di galaxy mall Surabaya', *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.14, No.2, 2014, hlm. 1-7.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawati, D & Restuti, S. (2014). 'Pengaruh sales promotion dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying pada giant Pekanbaru', *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol.6, No.3, hlm.24-37.
- Limakrisna, N & Susilo, H,W. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Mohan, G., Sivakumaran, B, & Sharma, P. (2013). *Impact of store environment on impulse buying behavior*, *European Journal of Marketing*, Vol.47, No.10, p.1711-1732.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Edisi 1, Jakarta: PT Grasindo.
- Perkembangan *Industri kreatif Fashion*. Di akses 30 Januari 2018, dari Cnnindonesia.com
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170911181744-92-240990/bekraf-ekonomi-kreatif-tembus-rp1000-triliun>.
- Peter, P. & Olson, C.J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Rinto, D. (2013). *Pengaruh fashion involvement dan positive emotion terhadap impulse buying di centro department store Surabaya*, *Jurnal Tourism Retailing*, Vol.2, No.15, 2013.
- Robbins, P.S, & Judge, A.T. (2015). *Perilaku organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, H, & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Setyningrum, F.Y., Arifin, Z dan Yulianto, E. (2016). 'Pengaruh hedonic motives terhadap shopping lifestyle dan impulse buying survey pada konsumen superindo supermarket yang melakukan impulse buying', *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.37, No.1, 2016, hlm. 97-104.
- Sopiah & Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen*, Edisi 2, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Edisi 1, Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori,kuisisioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*, Edisi 1, Jakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Supranto, J. & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Top Brand Award (2015). Diakses 30 Januari 2018, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_2.

Top Brand Award (2016). Diakses 30 Januari 2018, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_2.

Top Brand Award (2017). Diakses 30 Januari 2018, Dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.

Usvita, M. (2016). *Pengaruh hedonic shopping value, shopping lifestyle dan positive emotion terhadap impulse buying pada plaza andalas Padang*, Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol.4, No.1, 2016.

Utami, W.C. (2017). *Manajemen Ritel*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat.

Yuniarti, S.V. (2015). *Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Bandung: CV Pustaka Setia.

