

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Berman, Barry dan Evans, Joel R 2014. *Manajemen Ritel*. Terjemahan Lina Salim. Edisi 12. Jakarta : Erlangga

Edison, Acep. 2016. *Analisis Regresi dan Jalur dengan Program SPSS*. Bandung : Mentari

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kacen. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jilid 2. Jakarta : PT Prenhallindo

Kotler, Phillip dan Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid I. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid II. Jakarta : Erlangga

Levi, Michael dan Weitz, Barton. 2012. *Retailing Management*. 8th Edition, International Edition, New York: Mc Graw Hill.

Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Sudjana, Nana. 2008. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi*. Bandung : Alfabeta

Sunyoto, Danang. 2016. *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*. Yogyakarta : Gava Media

Suwatno, H dan Priansa, Donni Junni. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia : Dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Uno, Hamzah B. 2012. *Kinerja dan Pengukurannya*. Jakarta : Bumi Aksara

Utami, Christina Whidya. 2012. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat

Sumber Jurnal dan Skripsi :

Chusniasari. 2015. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pelanggan*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Lumintang, Fenny Felicia, 2012, *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Vol. 2.

Isty, Nur Aisyah., Yuhelmi., Mukhtar, Yulihar. 2014. *Pengaruh Harga, Atmosfer Toko dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan (Hedonic) Terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Robinson Ramayana di Kota Padang*, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang

Permatasari, Intan Mazidah., Arifin, Zainul., Sunarti. 2017. *Pengaruh Hedonic Consumption dan Mediator Emosi Positif terhadap Pembelian Impulsif*, Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang

Pragita, Atika Ayu., Fauzi, Achmad., Kumadji, Srikandi. 2013. *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian* (Survei pada Pengunjung Baker's Kings di Mall Olympic Garden Malang), Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang

Rachmawati, Veronica. 2009. *Hubungan antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impulse Buying pada Konsumen Ritel*, Jurnal Majalah Ekonomi, hal. 192-208

Rohman, Fatchur. (2009), *Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang

Rozana, Anna., Nugrahawati, Eni N., Dwarawati, Dina. 2016. *Studi Korelasi Pola Asuh, Religiusitas dengan Impulse Buying pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung*, Jurnal Psikologi Universitas Islam Bandung, hal. 141

Semuel, H. 2006. *Dampak respon emosi terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif konsumen online dengan sumber daya yang dikeluarkan dan orientasi belanja sebagai variabel mediasi*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 8 No.2, hal. 101-115

Simatupang, Togar M. 2012. *Perkembangan Industri Kreatif*, Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung, hal. 23

Sipahutar, Sendi. 2015. *Pengaruh Display Toko dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan (Hedonic) terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Ouval Research Bandung, Penelitian Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia Bandung

Sutanto, Fransisca Oktavina dan Sugiharto, Sugiono. 2017. *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening di Matahari Department Store Royal Playa Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra

Utami, Okky Ratna dan Rastini, Ni Made. 2015. *Pengaruh Variabel Demografi, Kualitas Layanan, Atmosfer Toko pada Impulse Buying di Hypermart Mal*, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali, hal. 1230

Windiarso, Gilang. (2014), *Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying dimediasi oleh Positive Emotion pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Sumber Internet :

mayoutfit.com. Diperoleh 25 September 2017, dari <http://mayoutfit.com/public/aboutus>

detik.com.15 November 2016. Industri Kreatif Makin Berkembang, 3 Sektor Ini Paling Prospektif. Diperoleh 13 Maret 2018, dari <http://finance.detik.com/industri/d-3345960/industri-kreatif-makin-berkembang-3-sektor-ini-paling-prospektif>

sisiusaha.com. 13 Juni 2015. Industri Fashion Bandung. Diperoleh 13 Maret 2018, dari <http://www.sisiusaha.com/news/8/industri-fashion-bandung>

swara.tunaiku.com. 5 November 2016. Ternyata Millennial Itu Suka Impulsif Sewaktu Belanja!. Diperoleh 13 Maret 2018, dari <https://swara.tunaiku.com/gayahidup/ternyata-millennial-itu-suka-impulsif-sewaktu-belanja>

Sumber Lain :

Badan Pusat Statistik 2014