

DAFTAR PUSTAKA

- Andryansyah, M. dan Arifin, Z. 2018. Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse buying (Survei Pada konsumen Hypermart Malang Town Square Yang Melakukan Pembelian Tidak Terencana). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 57. No. 1 April 2018.
- Cahyono, K, E, Khuzaini dan Widiarto ,H. 2016. Shopping Lifestyle Memediasi Hubungan Hedonic dan Utilitarian Value Terhadap Impulse buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 20. No. 2. Juni 2016.
- Darmaningrum, P.C.C. dan Sukaatmadja, I.P.G. 2019. Peran Shopping Enjoyment Memediasi Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Impulse buying. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8. No. 6. 2019.
- Febriani, S. F. dan Purwanto, N. 2019. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabani Jombang. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*. Vol. 2. No. 2. Desember 2019.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hursepuny, C, V. dan Oktafani, F. 2018. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse buying Pada Konsumen Shoppe_Id. *Jurnal e-proceeding of Management*. Vol. 5. No. 1. Maret 2018.
- Ikanubun, D. Setyawati, S.M. dan Afif, N.C. 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang diMediasi Emosi Positif (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Kota “X”). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*. Vol. 21. No.01. 2019.
- Jovita, Guntara, Sudarsono. 2017. Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 11. No. 1. April 2017.
- Kertiana, K. D. I. dan Artini .S. 2019. Pengaruh Visual Merchandising, Atmosfer Toko dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Pelanggan Ramayana Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8. No. 11. 2019.
- Khoun, M. N. dan Tran, T. B. 2015. Factors Affecting Impulse buying toward Fashion Product in Ho Chi Minh City A Mediation Analysis of Hedonic Purchase. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. Vol. 6. No. 4. Agustus 2015.

- Lia, Octaria, Pasaribu dkk. 2015. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis. Vol. 19. No. 2. 2015.*
- Mangkunegara, A.P. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Muthiah, I., Parawansa, D.A.S. dan Munir, A.R. 2018. Pengaruh Visual Merchandising, Display Product, dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse buying Studi Kasus Konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar. *HJABE. Vol. 1. No. 2. April 2018.*
- Nasreen Khan & Hong Young Hoe. 2016. Impulse buying Behaviour of Generation Y in Fashion Retail. *International Journal of Business and Management Publied Canadian of Science and Education. Vol. 11. No. 1. 2016.*
- Purnomo, H. dan Riani, L, P. 2018. Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse buying Toko Darling Pada Masyarakat Kota Kediri. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen. Vol. 2. No. 1. 2018.*
- Putri, A. S.K. dan Suharyono. 2017. Pengaruh Shopping Motives dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse buying Survei Pada Konsumen Matahari Departement Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 47. No. 2 Juni 2017.*
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : ALFABETA
- Rahma, W, S. dan Septrizola, W. 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha. Vol. 01. No. 01. 2019.*
- Steven, W. Hartley, Roger A. Kerin. 2013. *Marketing the Core. United State :* MCGraw Hill
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : ALFABETA.
- Suliyanto. 2011. *Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi
- Thomas, A. Louise. R., dan VP.V. 2018. The Impack Of Visual Merchandising, On Impulse buying Behaviour Of Retail Customers. *International Journal For Research in Applied Scine & Engineering Technology (IJRASET). Vol. 6 Issue 11, February 2018.*

- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.
- Vinci, Maharani. 2009. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung : Sinar Baru Algensido.
- Wahyuni, D.F. dan Rachmawati. I. 2018. Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Pedia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol. 11. No. 2 Agustus 2018*.
- Wiguna, P. dan Wijayanti, N.W. 2019. Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Visual Merchandising dan Creative Promotion Terhadap Impulse Buying Minyak Kutus-Kutus di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol. 4. No. 1 Juni 2019*.

