

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic Shopping Motivation. *Journal of Retailing*, 79. 77-95.
- Babin, B.J., W. R. Darden., & M. Griffin. (1994). Work or Fun: Measuring, Hedonic and Utilitarian Shopping Values. *Journal of Consumer Research*, 20 (4), Pp: 644-656.
- Bayley, Geoff., & Nacarrow, Clive. (1998). Impulsive Purchasing: A Qualitative Exploration of the Phenomenon. *Qualitative Market Research*, / (2). 99-114.
- Beatley, S. E., & Ferrel, M. C. (1998). Impulse Buying: Modeling it's Precusors. *Journal of Retailing*. Vol: 74. No. 2, pp: 403-19.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2001). *Ritel Management: A Strategic Approach*. 8<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Cole, H. S., & Kenneth E. Clow. (2011). A Model Development of Retailing Patronage Loyalty. *Journal of Business Studies Quarterly*, 2 (2), pp: 1-16.
- Danang, Sunyoto. (2000). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Davidson, W. R., Swenney, J., & Stamp W. Ronald. (1998). *Retailing Management*. 6<sup>th</sup> edition. The USA.
- Engel, James F, et. al., (1994). *Consumer Behaviour*. Jilid 1. Alih Bahasa Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariance Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariance Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariance Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariance Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. (1995). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hausman, A., (2000). A Multi-Method Investigation of Consumer Motivation in Impulse Buying Behaviour. *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 17. No. 15, pp: 403-19.
- Holbrook, M. B., & Elizabeth C. Hirschman. (1982). *The Experiential Aspects Consumer Research 9 (September)*, 132-140.
- Irawan, Handi. (2007). Jangan Salah Menilai Konsumen Indonesia. *Jurnal pemasaran*, (Edisi Khusus “10 Karakter Unik Konsumen Indonesia” / 11 / 2007).
- Kacen, J. J., & J. A. Lee. (2000). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behaviour. *Journal of Consumer Psychology*, 12 (2), 163-176.
- Kharis, I. F. (2008). Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (studi kasus di lingkungan Universitas Diponegoro Semarang). *Skripsi: eprint.undip.ac.id: 129*.
- Kotler, Philip., & Gery Armstrong. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millenium 1<sup>st</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall Internasional, Inc.
- Kotler, Philip., & Kevin L. Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benyamin Mollan. Edisi 12. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip., & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Kevin L. Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi 12. Alih Bahasa Bob Sabram, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Louden, D. L., & Bitta A. J. (1993). *Consumer Behaviour Concept and Application*. 4<sup>th</sup> edition. Singapore: Mc Graw Hill.

- Mowen, John., & Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1 Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Park, Eun Joo, et.al., (2006). A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behaviour. *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol 10, pp: 433-446.
- Rachmawati, Veronika. (2009). Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impulse Buying pada Konsumen Ritel. *Jurnal Majalah Ekonomi*. Hal 192-208.
- Schiffman, L. G., & Leslie L. Kanuk. (2008). *Consumer Behaviour*. 7<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Semuel, H. (2005). Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online Dengan Sumberdaya yang dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi. *Journal*: tidak diterbitkan.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, Uma. (2005). *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon. (2009) *Consumer Behaviour Buying, Having, and Being*. 8<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Sopiah, M., & Sangadji E. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (1987). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. Whidya. (2006). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Verplanken, B., & Herabadi A. (2002). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking European. *Journal of Personality*. 31 May, pp: 571-83.

Watson, D., & Tellegen A. (1985). *Toward a Consensus Structure of Mood Psychological Bulletin*. Vol 98. No. 2, pp: 219-235.

Sumber lain:

[www.BeritaSatu.com](http://www.BeritaSatu.com), “Theo Sambuaga: Jawab Tantangan dan Manfaatkan Peluang Globalisasi”. diakses oleh Apriyan Susilo tanggal 14 November , pukul 22:48 WIB.

[www.Kompasiana.com](http://www.Kompasiana.com), “Pertumbuhan Penduduk dan Ketahanan Pangan”. Diakses oleh Apriyan Susilo tanggal 14 November, pukul 20.38 WIB.

[www.Okezone.com](http://www.Okezone.com), “Wow, Pria Semakin Intens Berbelanja”. Diakses oleh Apriyan Susilo tanggal 15 November, pukul 10.24 WIB.