

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Kesembilan. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arnold, Mark J., and Kristy E. Reynolds. 2012. Approach and Avoidance Motivations: Investigating Hedonic Consumption in a Retail Setting. United States: *Journal of Retailing*.
- Berman and Evan. 2000. Atmosfer Toko. (digilib.petra.ac.id/.../jiunkpe-ns-sl-2002\*31497092-781-richJamous-chapter2.pdf). Diakses oleh Ifada Duvadilany Harahap. Padatanggal @8 Februari 2010. Pukul 15.00 WIB
- Cobb J.C. & Hoyer W.D. 1986. Planned versus impulse purchase behaviour. *Journal of Retailing*. 62(4). pp. 384-409.
- Erlangga. 2007. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Emosi Pembelanja dan Dampaknya Terhadap Niat Untuk Berkunjung Ulang di Toko House Of Rotten*. Skripsi.
- Fam, K. S., Merrilees, B., Richard, J. E., Jozca, L., Li, Y., and Krisjanous, J. 2011. In-store marketing: a strategic perspective. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 23(2), pp. 165-176.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hadi, Dewi Rubiyanti. 2004. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada China Emporium Factory Outlet Bandung*. Skripsi.
- Irani, Neda and K. H Hanzae. 2011. The Effects of Variety-seeking Buying Tendency and Price Sensitivity on Utilitarian and Hedonic Value in Apparel Shopping Satisfaction. *International Journal of Marketing Studies*.
- Kharis, Ismu Fadli. 2011. *Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus Di Lingkungan Universitas Diponegoro)*.
- Kotler, Philip. 2005. Marketing Manajemen. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Edisi ke 11. Jakarta: PT Indeks. .
- Kotler, Gary Amstrong. 2004. Prinsip- Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

- Kusuma, G.W., Idrus, S., dan Atim Djazul Z., 2013. The Influence of Hedonic shopping Motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable. Malang: *European Journal of Business and Management*.
- aLumintang, Fenny Felicia. *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing Dan Shopping Lifestyle Pada Online Shop*.
- Mowen, John C; Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Muruganantham, C., and S. R. Bhakat. 2013. A Review of Impulse Buying Behavior. India: *International Journal of marketing Studies*.
- Rosita, Nadiyah Hirfiyana. 2009. skor Nilai utilitarian dan Nilai Hedonik terhadap keputusan Pembelian Ponsel 3G pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Brawijaya Malang. *SkripsiFakultas Ekonomi dan Bisnis Universita Brawijaya*.
- Semuel, Hatane. 2006. *Dampak respon emosi terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif konsumen online dengan sumberdaya yang dikeluarkan dan orientasi belanja sebagai variabel mediasi*.
- Sofyian, Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Solomon, Michael R. 2002. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syafik, 2011. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Eva Bakery Gresik)*. Skripsi.
- Utami, Chirstina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.