

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, M. J., dan Reynolds, E. K. “*Hedonic shopping values*, Journal of Retailing”. Vol.79, pp. 77-95, 2003
- Auty, S., Elliott. “Fashion involvement, self-monitoring and the meaning of brands”. Journal of Product and Brand Management 7 (2) 109-123. 1998
- Barnard, Malcom. “Fashion As Communication.” Bandung : Jalasutra. 2011
- Batra, R., dan Ahtola, O.L. “Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes”. Marketing Letters, 2 (2), 159-170. 1991
- Beatty, Sharon E., dan Ferrell, M.Elizabeth. “Impulse Buying: Modeling Its Precursors”. Journal of Retailing, Vol. 74, No. 2, pp. 169-191. 1998
- Cahyono, A. S. “Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia”. Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung, 9(1), 140–157. 2016
- Celsi, L.R. dan J.C. Olson. “The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes”. Journal of Consumer Research, September 15th, pp.210-224. 1988
- Chusniasari, dan Prijati. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pelanggan”. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4, No. 12: 1-21, 2015
- Coley, A., Burgess, B. 2003. Gender differences in Cognitive and Affective Impulsive Buying. Journal of Marketing and Management. Vol.7 NO.3 pp 282-295. 2003
- Darma, L. A., dan Japariato, E. “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: 80-89, 2014
- Desty, Wijayanto, “Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying* Pembelian Hijab Merek Rabbani di Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo pada Masa Pandemi” Indonesian Journal of Business of Management, 2022
- Faizatur Rohmah “Pengaruh *Fashion involvement* dan *Self-Control* Terhadap *Impulse buying* Situs Belanja Online”. Skripsi – Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020
- Ghozali, I. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss”. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009
- \_\_\_\_\_. Analisis Multivariate Program IBM SPSS19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011

- Irma, Suchida. "Pengaruh *Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value* dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin". *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol 3, No 1. 2019
- Japarianto, Edwin. Analisa Faktor Type Hedonic Shopping Motivation dan Faktor Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.12 No 1, 76-85, 2010
- Japarianto, E., dan Sugiharto, S. Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 6, No. 1: 32-41, 2011
- Kiki dan Wahyono (2018) dengan judul "Influence of *Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, and Fashion involvement* Toward *Impulse buying* Trough a *Positive Emotion*". *Management Analysis Journal* Vol 7. No 4, Universitas Negeri Semarang, 2018
- Kotler and Gery Armstrong. "Prinsip-prinsip Pemasaran". Edisi 13. Jilid 1. Jakarta Erlangga, 2012
- Kotler and Kevin Lane Keller. "Marketing Management". Edisi 14, New Jersey : Perentice- Hall Published. 2016
- Lestari, I. P, dan Oetomo, H. W. Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Customer Flashyshop. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 3, No. 7: 1-17, 2014
- Machfoedz, Mahmud. "Komunikasi Pemasaran Modern". Yogyakarta. Cakra Ilmu. 2010
- Ma'ruf, Hendri. "Pemasaran Ritel". Gramedia Pustaka Utama : Jakarta. 2014
- McFatter, Robin Danielle. "Fashion Involvement of Affluent Female Costumer". Mc Neese State University. 2005
- Menon, Kahn. "Cross-category effects of induced arousal and pleasure on the internet shopping experience". *Jurnal of Retailing*. Vol 78 Issue 1. 2002
- Mowen, John, C & Minor, Michael. "Comsumer Behavior". 11st Edition Boston: Prentice Hall. 2012
- Mowen, J. C. "Consumer Behavior". Mc Graw Hill. New York. Alih Bahasa Salim, L.2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta, 2008
- Mysha dan Satria, "Analisa Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, dan Fashion involvement* Terhadap *Impluse Buying* Pada Pelanggan

- Zalora”. Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen) Vol 1. No 2, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020
- Nabilah Amani, “Pengaruh Diskon dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Store Simplicity Plaza Surabaya)”. Skripsi - Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, 2020
- Nguyen, T. T. M., Tho D. N., Nigel J. B. (2007). Hedonic Shopping Values, and Shopper Loyalty In Transitional Markets. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 19, No. 3: 227-239
- Nurul Tri, “Pengaruh *Hedonic shopping value* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse buying* dengan *Emosi Positif* sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi - Universitas Negeri Yogyakarta, 2018
- O’Cass, A. “*Fashion Clothing Consumption : Antecedents and Conserquences Of Fashion Clothing Involvement*”. 2004
- Park, E. J., Kim, E. W., and Forney, J. C. “A Structural Model of *Fashion-Oriented Impulse buying Behavior*”. *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol.10, No. 4, 2005
- \_\_\_\_\_. “A Structural Model of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior”. *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol. 10, no. 4,pp: 433-446, 2006
- Peter, J.P., dan Olson, J.C. ”Consumer Behavior and Marketing Strategy”. 5th, Singapore, The Mc, Graw Hill Companies, Inc, 2005
- \_\_\_\_\_. “Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran”, Edisi 9 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat, 2013
- Prasetyo, W.Yulianto, E.& Kumadji, S. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value Dan Impulse Buying (Survei Pada Konsumen Matahari Department Store Malang Town Square)”. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 39(2), 127–134. 2016
- Prastia, F.E. “Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Behavior Pelanggan Toko Elizabeth Surabaya”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. Vol.2, No.4, 2013
- Puspita, E. M., dan Budiarti, A. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Pelanggan Vans Store Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 5: 1-16, 2016
- Ristiana, E. “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta”. Skripsi - Jurusan Manajemen FE UNY, 2016

- Rohman, Fatchur. "Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian di Butik Kota Malang". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 7(2): 251261., 2009
- Rook, D. W. & Hoch, S. J. "Consuming Impulses". *Advances in Consumer Research*, 12, 23-27. 1985
- Rook, D. W. & Gardner, M. *In the Mood: Impulse buying's Affective Antecedents*. *Research in Consumer Research* (vol. 6, pp. 1-28). Greenwich, CT: JAI Press. 1993
- Sekarsari. L. A. "Pengaruh Servisscapes dan Hedonic Shopping Value Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Konsumen Wanita di Giant Hypermarket", *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2 No.4, 2013
- Semuel, H. "Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 7, No. 2, 2005
- Soeprihato, Sumarni. "Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020". *International Journal Social and Management*. Vol.3 No.4, 2022
- Solomon, M. R. "Consumer Behavior, Buying, Having and Being". New Jersey: Prentice Hall. 2013
- Stephen Lie. "Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Servisscapes Terhadap Impulse Buying Pasa Konsumen Wanita di Departement Store Ramayana Salatiga" Skripsi – Universitas Kristen Satya Wacana. 2015
- Stern, Hawkins. "The Significance of Impulse Buying Today". *Journal of Marketing*. Vol. 26, pp. 59-62. 1962
- Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020
- Surbeck, E., Park Han, E. & Moyer, J. "Assesing Reflection Responses in Journals". *Educational Leadership*, 3, 25-27. 1991
- Sutrisna. "Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002
- Sugiyono. "Statistik Untuk Penelitian". Bandung: Alfabeta, 2008

- \_\_\_\_\_. “Metode Penelitian Bisnis”. Bandung: Alfabeta, 2010
- \_\_\_\_\_. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R dan D.” Bandung Alfabeta, 2011
- \_\_\_\_\_. “Memahami Penelitian Kuantitatif”. Bandung: Alfabeta, 2012
- \_\_\_\_\_. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2012
- \_\_\_\_\_. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D”. Bandung: IKAPI, 2016

Utami, B., “Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap *Impulse buying* Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara”. Skripsi - Jurusan Manajemen FE UNY, 2016

Wathani, F. “Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau dari Peran Gender”. Skripsi - Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara, 2009

Windiarto, Gilang. “Pengaruh Hedonic Shopping Valeu Terhadap Impulse Buying Dimediasi Oleh Positive Emotion Pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta”. Skripsi - Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2013

Yanthi, Japarianto. (2014). “Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Tendency dan Visual Merchending terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervaning pada Area Ladies Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya”. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2014

Yoga Prathama, “Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan Diskon Terhadap *Impulse Buying* di *e-commerce* Tokopedia”. Skripsi – Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, 2021

Zaichkowsky, J. L. “Measuring the Involvement Construct in Marketing”. Journal of Consumer Research, 12 (12). 1985

Web :

Travel.detik.com 2022. Diambil di <https://travel.detik.com/travel-news/d-6032444/tunjungan-plaza-5-terbakar-jadi-landmark-surabaya-sejak-80-an> . Diakses pada Kamis 2 Februari 2017 pukul 20.34 WIB

Marketing.co.id 2017. Diambil di <https://www.marketing.co.id/tren-perkembangan-riset-pasar/> . Diakses pada Jumat 3 Februari 2023 pukul 18.41 WIB