

DAFTAR PUSTAKA

- Budi Dwi Prasetyo,2012. “pengaruh pengetahuan produk dan norma religious terhadap minat beli produk kosmetik di Jatayu Mojopahit Mojokerto”.
- Cobb dan Hoyer,2009. “ Pengaruh Hedonic Motivies terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying”
- Dewi Nilarisma Metha dan Prof. Dr. Samuel Hatane, MS. 2015. “ Pengaruh Gaya Hidup (*lifestyle*), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (*destination*) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya”
- Dolen Van,2011. “Analisa pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Emotional Response sebagai Variabel Intervening pada The Body Shop Indonesia”.
- Earl dan Kemp,1999. “ Analisa pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Emotional Response sebagai Variabel Intervening pada The Body Shop Indonesia”.
- Gunandhi Evi Cecilia,2015. “analisa pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying melalui shopping lifestyle dan emotional response sebagai variabel intervening pada The Body Shop Indonesia”.
- Jackson Betty,2011. “ Shopping Lifestyle dan Store Environment pengaruhnya terhadap keputusan pembelian baju cosmic di Surabaya”.
- Jackson Betty, 2004. “ Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior masyarakat High Income Surabaya”.

Japarianto Edwin dan Sugiharto Sugiono . “pengaruh shopping lifestyle dan fashioninvolvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income Surabaya”.

Kotler,1996. “ Pengaruh Store Atmosphere terhadap Impulse Buying melalui Shopping Lifestyle dan Emotional Response sebagai Variabel Intervening pada The Body Shop Indonesia”

Kurniawan Aditya Dwi,2013. “Analisis Kinerja Terhadap Karyawan Produksi Pada Pt. Abadi Adimulia Surabaya”.

Mehrabian dan Russel,1974. “Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior masyarakat high income Surabaya”.

Mowen dan Minor,2002. “Analisa pengaruh promosi dan Hedonic Motivation terhadap Impulse Buying di RON’s Laboratory Galaxy Mall Surabaya”.

Paramita Larasati Dewi,2011. “pengaruh shopping lifestyle,store atmosphere,dan hedonic shopping value terhadap perilaku pembelian impulsif pelanggan AEON Departement Store BSD City”.

Rahawati Tri Nurul ,2014. “pengaruh hedonic shopping value dan shopping lifestyle terhadap impulse buying dengan emosi positif sebagai variabel mediasi”.

Rook & Hoch, 1985. “ Analisa pengaruh Hedonic Shooping Tendency dan Visual Merchandising terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai

Variabel Intervening pada Area Ladies Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya”.

Solomon, 2009. “ Analisa Lifestyle, Hedonic Motivation terhadap Purchase Inetention di Gold’s GYM Surabaya Town Square (sutos) Surabaya”.

Sit dan Meriless,2005. “Analisa Lifestyle, Hedonic Motivation terhadap Purchase Inetention di Gold’s GYM Surabaya Town Square (sutos) Surabaya”.

Tjantoko Laura Elisabeth,2015. “analisa pengaruh promosi dan hedonic motivation terhadap impulse buying di Ron’s Laboratory Galaxy Mall Surabaya”.

Theddy Chentya Devalia dan Japarianto Edwin,2015. “analisa lifestyle, hedonic motivation terhadap purchase intention di Gold’s GYM Surabaya town square (sutos) Surabaya”.

Yanthi Devi i dan Japarianto Edwin,2014. “analisa pengaruh hedonic shopping tendency dan visuall merchandising terhadap impulse buying dengan positive emotion sebagai variabel intervening pada area ladies Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya”.

Zablocki dan Kanter,1976. “ Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior masyarakat High Income Surabaya”.

www.matahari.co.id/about

www.matahari.com

<http://investor.matahari.co.id/about-matahari>

www.topbrand-award.com/top-brand-index