

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Amiri, Farhad, Jalal Jasour, dkk. (2012). *Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors Effects on Impulse Buying of Customers and Condition of Interrelation between These Factors*, 2(9), 9413-9419. Retrieved from Journal of Basic and Applied Scientific Reserch.
- Chusniasari. (2015). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Hedonic Shopping terhadap Impulse Buying Pelanggan*, 4(12), 1-21. Retrieved from Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Darma, Lizamary Angelina, Edwin Japarianto. (2014). *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotions Sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya*, 8(2)-1-10. Retrieved from Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Darmawan, Agus. (2014). *Wisata Belanja Bandung : Pasar Baru*. <http://bandungtrends.com/wisata/wisata-belanja-bandung-pasar-baru>. (akses: 16 Januari 2018)
- Deviana, Ni Putu Siska. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Di Kota Denpasar*, 5(8), 1-28. Retrieved from E-Jurnal Manajemen Unud.
- Dhurup, Maniall. (2014). *Impulsive Fashion Apparel Consumption: The Role of Hedonism, Fashion Involvement and Emotional Gratification in Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour in a Developing Country*, 5(8), 2039-2117. Retrieved from Mediteranean Journal of Social Sciences.
- Fahmi, Irham. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Haq, Mrza A, Salman Abbasi. (2016). *Indirect Impact of Hedonic Consumption and Emotions on Impulse Purchase Behavior: A Double Mediation Model*, 3(2), 108-122. Retrieved from Journal of Management sciences.
- Haq, Sofyan Agung Izzul, Abd. Kodir Djaelani, A. Agus Priyono. (2015). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior*, 5(01), 1-12. Retrieved from Warta Ekonomi.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Info Bandung. (2015). Mall Yang Ada Di Kota Bandung. Diambil dari: <http://infobandung.co.id/mall-yang-ada-di-kota-bandung/>. (Akses: 15 Oktober 2017).
- _____. (2014). Eksepsi Kreativitas Fashion Kota Bandung. <http://infobandung.co.id/eksepsi-kreativitas-fashion-kota-bandung/>. (Akses: 16 Januari 2018).
- Jamal, Maha, Samreen Lodhi. (2015). *Consumer Shopping Behavior in Relation to Factors Influencing Impulse Buying: A Case of Superstores in Karachi, Pakistan*, 5(12), 1-19. Retrieved from International Journal of Scientific and Research Publications.
- Japarianto, Edwin, Sugiono Sugiharto. (2011). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*, 6(1), 1-24. Retrieved from Jurnal Management Pemasaran.
- Juni, Donni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Lembaga A.T. Kearney, (2017). Berapa Nilai Penjualan Ritel di Indonesia?. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/06/berapa-nilai-penjualan-ritel-indonesia>. (Akses: 4 Oktober 2017).
- Lembaga Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). Kota Bandung Dalam Angka 2016. Diambil dari: <https://bandungkota.bps.go.id/index.php/publikasi/155>. (Akses: 4 Oktober 2017).
- _____. (2017). Kota Bandung Dalam Angka 2017. Diambil dari: <https://bandungkota.bps.go.id/index.php/publikasi/224>. (Akses: 5 Oktober 2017).
- Majalah SWA. (2014). Bisnis Fashion Tidak Ada Matinya!. Diambil dari: <https://swa.co.id/swa/ceo-interview/bisnis-fashion-tidak-ada-matinya>. (Akses: 4 Oktober 2017).
- Nasehudin, Toto Syatori, Nanang Gozali. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nasir, St. Nur Multazami H. M. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Kota Makassar*. Skripsi pada Universitas Hasanuddin Makassar.
- Olson, Jerry.C, J.Paul Peter. (2013). *Prilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Pasaribu, Lia Octaria, (2015). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Process Pada Toko Online*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: Tidak dipublikasi.

- Rahmadhani, Rizka Suci. (2015). *Pengaruh Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Pada Toko Busana Muslim Rabbani Bandung*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung: Tidak dipublikasi.
- Riduwan, Engkos Ahmad Kuncoro. (2012). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)* (cetakan 4). Bandung: Alfabeta.
- Sa'idaturrohmah, Nur. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Pada Pelanggan Toko Rabbani Pucang Surabaya*. Skripsi pada Universitas Islam Negri Sunan Ampel.
- Sakina, Arnika Ayu. (2017). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement, Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying*. Skripsi pada Universitas Lampung.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cet.1 ed.2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suntoyo, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Buku Seru.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Edisi Revisi*, Jakarta: Change Publication.
- Tjiptono, Chandra, Diana A. (2004). *Marketing Scales*. Yogyakarta: Andi Publishers.
- Utami, Christina Whidya. (2012). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vieira, Valter Afonso. (2009). *An extended theoretical model of fashion clothing involvement*. 13(2), 179-200. Retrieved from Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal

Wahyudin, Muhammad, dkk. (2017). *Shopping Behavior Among Urban Women*, 8(1), 2039-2117. Retrieved from Mediteranean Journal of Social Scienc