

DAFTAR PUSTAKA

- Alba, J. W., dan E. F, Williams. 2012. Shopping Lifestyle memediasi hubungan antara Hedonic Utilitarian Value terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* Juni 2016. Vol.2, pp. 151-207.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta Bandung: Pusaka Set
- Arisala,Ibrahim dan Comertb,Yavuz. (2016). The Effect of hedonic and utilirian motives on consumer behaviour:a comparison study between Turkish and Spanish university students. *European Journal of Business and Social Sciences*,Vol.5,No.03.
- Bakirtas,Hulya dan Divanoglu,Sevilay Uslu. (2013). The effect of Hedonic Shopping Motivation on Consumer satisfication and consumer loyalty. *International Journal of Asian Social Science*,ISSN(e):2224-4441/ISSN(p):2226-5139.
- Darma, Lizamary Angelina. Edwin Japariato. 2014. 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 (2).
- Ensemble The Label (2018) .Logo Perusahaan. Diakses tanggal 30 April 2018 www.ensemble-thelabel.co.id/
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gültekin, B., dan Özer L., 2012, The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 4, No. 3, Maret: pp. 180-189, (ISSN: 2220-6140)
- Indrawati. (2015): *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Japariato,E.,&Sugiharto,S.(2011).Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurna Manajemen Pemasaran* Vol 6,32-41
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, (2016) . *Marketing Management*, Global Edition, 15 Edition. Essex, England : Pearson Education.
- Kusuma,Gede Wira,Idrus Syafiie dan Djazuli,Atim. (2013) . The influence of Hedonic Shopping Motivation on Buying Decision with Gender as Dummy variable(A Study on Consumers at the Hardy's Mall Buleleng Regency,Indonesia). *European Journal of Business and Management* Vol.5,No.31.
- Laudon, K. C., & Traver, C.G. (2012). *E-Commerce : Business. Technology. Society* (Eight Edition). Kendallville: Pearson.
- Luthfiana,Revalia. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan,Promosi dan Hedonic Shopping Motives yang mempengaruhi Impulse Buying dalam Pembelian Secara Online (Studi

- Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro). Universitas Diponegoro
- Mardiati,Lina. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying (Penelitian pada Yogya dan Ramayana Departement store). Universitas Garut.
- Ozen,Hilal dan Engizek,Nil. (2013). Shopping Online without thinking:being emotional or rational?. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.Vol. 26 Iss 1 pp.78-93.
- Noor, Juliansyah. (2012). Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana.
- Ozen, Hilal. And Engizek, Nil. 2013. Shopping online without thinking : being emotional or rational. Asia pacific journal of marketing and logistic, Vol. 27, No.1, pp 78-93.
- Pasaribu,Lia Octaria. 2015. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* terhadap Impulse Buying pada toko online (studi pada toko online Zalora). Jurnal Vol. 19 No.2.
- Prabowo,Fajar., dan Ridha,R.R (2015). Pengaruh motivasi belanja Utilitarian dan Hedonis Terhadap preferensi pembelian online pada Line Shopping. Universitas Telkom.
- Prastia, E.F. 2013. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, dan Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying Behavior Pelanggan Elisabeth Surabaya. Universitas Katholik Widya Mandala.
- Priyatno, D. (2014). Cara kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta:
- Riduwan & Kuncoro Engkos Achmad. (2012). Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: Alfabeta.
- Sampurno,Toto Pribadi. (2016). Pengaruh motivasi hedonis, browsing dan gaya belanja terhadap pembelian impulsif pada toko online shop. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sarwono, Jonathan. (2013). 12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger, (2013): Research Methods for Business. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Setyaningrum,Febe Yustiana.Arifin,Zainul dan Yulianto,Edy. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Studi pada konsumen super indo yang melakukan Impulse Buying).Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.37 No.1
- Siregar,Erni Veronika. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada toko online (Studi pada berrybenka.com). e-Proceeding of management: Vol,2,No.1.
- Situresmi,Elin. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap terjadinya impulse buying behavior (studi terhadap produk fashion colorbox Puri Indah Mall di wilayah jakarta barat). Universitas Mercu Buana.
- Sugiharto,Sugiono dan Japarianto,Edwin. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion

- Involvement terhadap Impulse Buying Behavior masyarakat high income Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.6,No.1.
- Sugiyono. (2014): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Cetakan kedua puluh), Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumanto. (2014). Teori dan Aplikasi Metode Penelitian. Yogyakarta: CAPS (Centre of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen).PT Buku Seru. Jakarta
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). E-Marketing edisi internasional ke 6. London: Pearson.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra (2012): Pemasaran Strategik, Yogyakarta: CV Andi.
- Zurit,Rinny Apriyanti .(2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada toko online (studi pada konsumen mataharimall.com). e-Proceeding of management: Vol.3,No.3.
- www.APJII.com Di akses 10 April 2018
- www.iprice.co.id/ Di akses 30 April 2018
- www.Techinasia.com Di akses 10 April 2018
- www.website-visit.com Di akses1 Mei 2018
- www.iprice.co.id/ Di akses 30 April 2018