

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, George dan Belch, Michael. (2013). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Carrefour. (2018). “Daftar Cabang Transmart Carrefour Bandung”. (Diakses 13 Oktober 2018 dari: www.carrefour.co.id)
- Data Bandung. (2017). “Jumlah Bisnis Ritel Modern”. (Diakses 16 Oktober 2018 dari: <http://data.bandung.go.id>).
- Deviana, Ni Putu Siska. (2016). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Di Kota Denpasar*, 5 (8), 1-28. E-Jurnal Manajemen Unud.
- Dhurup, Manilall. (2014). *The Role of Hedonism, Fashion Involvement and motional Gratification in Fashion Apparel Impulsive Buying Behaviour in a Developing Country*. Mediterranean Journal of Social Sciences.
- Finance Detik. (2017). “Carrefour Raup Omzet Rp 12 Triliun per Tahun”. (Diakses 16 Oktober 2018 dari: <https://finance.detik.com>)
- Global Retail Development Index*. (2017). “Nilai Penjualan Ritel di Beberapa Negara Asia”. (Diakses 16 Oktober dari: <https://databoks.katadata.co.id/>)
- Haq, Mirza A., Naveed R Khan & Arsalan Mujahid. (2014). *Measuring The Mediating Impact of Hedonic Consumption on Fashion Involvement and Impulse Buying Behaviour*. Indian Journal of Commerce & Management Studies, 5(3), 50-57.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Hidayat, Syarif., Akhirman & Lia Suprihartini. (2018). *Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Shopping Lifestyle terhadap Pembelian Tak Terencana Buccheri Cabang Tanjung Pinang*. Repository Universitas Maritim Raja Ali Haji
- In'am, M Fatkhul., Suharyono & Edy Yulianto. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian Impulsif di Distro 3Second Cabang Mall Olympic Garden Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Industri Bisnis. (2017). “Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Bisnis Ritel”. (Diakses 16 Oktober dari: www.industri.bisnis.com)

- Indrawan, R. & Yaniawati R.P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- 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. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Kasimin, Dhiana, Patricia, Warso, Muh Mukery. (2014). "Effect Of Discounts, Sales Promotion And Merchandising On Impulse Buying At Toko IntanPurwokerto" Fakultas Ekonomi: Universitas Pandanaran Semarang
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson Pertince Hall.
- Kurnianti, J (2016). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pada Produk Fashion*. Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Liputan 6. (2017). "Ritel Tutup karena Masyarakat Pilih Jalan-Jalan Ketimbang Belanja". (Diakses 16 Oktober 2018 dari: www.liputan6.com)
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2013) Nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013.
- Natakusumah, F.A. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom. Bandung.
- Ndari, Dhian Puspo. (2015). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot*. eJournal Administrasi Bisnis.
- Nurcholish, Gufron. (2017). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Hedonic Shopping Value, Dan Shop Staff Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Purworejo.

- Olson, Jerry.C, J.Paul Peter. (2013). *Prilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prihastama, Brian Vicky. (2016). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, A. M., & Hariwan, P. (2015). Pengaruh In-Store Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Carrefour Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.2 No.3.
- Ristiana, Ervia (2016). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta. *E Journal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sakina, Arnika Ayu. (2017). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involvement*, Dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying*. Skripsi Universitas Lampung.
- Sangadji, E.M., dan Sopiha. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6-Buku 2*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sembiring, Suranta. (2013). Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behaviour* (Survey Pada Konsumen Di Toko “TOP MAN, TOP SHOP” Di Paris Van Java Mall Bandung). *Jurnal manajemen*.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Soliha, Euis. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 128-142.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhriyanto., Rois Arifin, Arif Rachmat. (2018). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Discount, dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Matos (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA)*. E-Jurnal Riset Manajemen Unisma.
- Sunjoyo & Rony. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung. Alfabeta.
- Susiska, Dea. (2013). Pengaruh *Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Pada Impulse Buying Behavior* Konsumen. Skripsi Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cet.1 ed.2*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, B. (2016). Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Perantara. Eprints Universitas Negeri Yogyakarta.
- Utami, Christina Whidya. (2012). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wardana, Firman Bagus Kusuma. (2015). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Brand Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Purwokerto*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Widianingrum, Nia. (2017). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Merchandising, Price Reduction Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Luwes Delanggu)*. Skripsi Universitas Surakarta.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer Dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.