

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabet, 2000.
- 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.
- Engel *et al* dalam Sangadji dan Sopiah (2013:7). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap minat beli.
- Griffin dalam Sangadji dan Sopiah (2013:8). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap minat beli.
<https://bandungkota.bps.go.id> 2015
- <http://berita.upi.edu/the-ambassador-of-business-edupreneur-bukti-kesuksesan-mahasiswa-berprestasi/>
- Indrawan, Rully & Yaniawati, Raden Poppy. 2014. Metode Penelitian, Bandung : PT. Refika Aditama.
- Indrawati. (2015): Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung: PT Refika Aditama
- Japarianto dalam Firman Bagus Kusuma Wardana (2015) Fakultas Ekonomi UMP.

- Japrianto, Edwin dan Sugiharto Sugiono. (2011) Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, NO. 1 April 2011: 32-41
- Karbasivar, Alireza., and Hasti Yarahmadi. 2011. Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 2(4), pp:174-181.
- Kurniawan, Albert (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Pattipeilohy V. R. 2013. The influence of availability of money and time, fashion involvement, hedonic consumption tendency, positive emotions toward impulse buying behaviour in Ambon City. *International Journal of business and behavioural sciences*. Vol. 3, No. 8; August 2013.
- Prastia, Fita Eka. 2013. Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Hedonic Shopping Value* terhadap *Impulse Buying Behaviour* Pelanggan
- Rook, Dennis W. Dan Fisher, Robert J. 1995 dikutip Terra eka (2014:17)., Normative Influence on Impulse Buying Behavior, *Journal of Consumer Research* 22(3): 305-13 Perindustrian RI, 2018.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- 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*. Bandung: Alfabeta

- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Centre of Academic Publishing Service).
- Tirmizi, Muhammad Ali, Kasir-Ur-Rehman, and M. Iqbal Saif. 2009. An empirical Study of consumer impulse buying behaviour in local markets. *European journal of scientific research*. Vol. 28 No. 4, pp. 522-532.
- 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
- Wijaya, Hufron, dan Slamet (2016). Pengaruh *Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour* (Studi Kasus Pembelian Hijab Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). e – Jurnal Riset Manajemen.

www.kompas.com 2015