

DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, Jasour, Shirpour, Alizadeh. 2012. *Evaluation of Effective Fashionism Involvement Factors on Impulse Buying of Costumers and Condition of Interrelation between These Factor. Journal of Basic and Applied Scientific Research* 2.9 : 9413-9419.
- Andani dan Wahyono. 2018. *Influence Of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, And Fashion Involvement Toward Impulse Buying Through A Positive Emotion. Management Analysis Journal* , Vol.7, No.4.
- Areadi, Hidayat, Prabawani. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping terhadap Pembelian Impulsif pada Ritel Modern (Studi Kasus pada Pelanggan Swalayan Gelael, Candi Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 620-628.
- Arifah, Saputri 2018. Pengaruh *Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Miniso Kota Bandung. Sosiohumanitas*, Vol. 20, Edisi 1.
- Arnold, Reynolds. 2003. *Hedonic Shopping Motivations. Journal Of Retailing*. Vol 79. (77-95).
- Choirul dan Artanti. 2019. *Millennia's Impulsive Buying Behavior: Does Positive Emotion Mediate?. Journal Of Economics, Business, And Accountancy Ventura*, Vol. 22, No.2.
- Cinjarevic, Tatic, Petric. 2011. *See it, Like it, Buy it. Journal of Economics and Business*, Vol. 9, Issue 1.
- Darma dan Japarinto. 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, No.2.
- Duong dan Khuong. 2019. *The Effect of in-Store Marketing on Tourists' Positive Emotion and Impulse Buying Behavior – An Empirical Study in Ho Chi Minh City, Vietnam*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 10, No. 5.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen*. Deepublish. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hendri, Ma'ruf. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Khasali, Rhenald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati dan Restuti .2014 . *Pengaruh Sales Promotion dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying Pada Giant Pekanbaru*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. 6, No.3.

- Kwan. 2016. Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1.
- Lestari dan Oetomo. 2014. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* melalui *Positive Emotion Customer Flashyshop*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.3 No.7 (2014).
- Loudon dan Bitta. 1993. *Consumer Behavior Concepts and Applications*. McGraw-Hill: New York.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. Pemasaran Ritel. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Muruganantham and Bhakat. 2013. *A Review of Impulse Buying Behavior*. India: *International Journal of marketing Studies*.
- Park, Kim, Forney. 2006. *A Structural Model Of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior*. *Journal Of Fashion Marketing And Management*. vol. 10. no. 4.pp: 433-446.
- Poluan, Tampi, Mukuan. 2019. Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* Konsumen di Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No.2, 2019
- Peter, J. Paul; Olson, Jerry C. *Consumer behavior: Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Peter, J. Paul; Olson, Jerry C. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. 2013.

- Pratomo dan Ermawati. 2019. Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 2 No.2
- Prawitasari. 2012. *Psikologi Terapan : Melintas Batas Disiplin Ilmu*. Erkangga : Jakarta.
- Purnomo dan Riani. 2018. Analisis *Hedonic Shopping Motives* Terhadap *Impulse Buying* Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.2, No. 1.
- Riduwan dan Engkos. 2012. *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Rohman. 2012. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*. UB Press : Malang.
- Rosyida dan Anjarwati (2016). Pengaruh *Store Atmosfer* dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening (Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya). *Journal of Research Economics and Management*. Vol. 16, No.1.
- Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. ANDI. Yogyakarta.
- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Setiadi. 2013. *Kepribadian*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiarto. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Supranto dan Limakrisna. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sutanto dan Sugiharto. 2017. Analisa Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening Di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Theresia, Meilany. 2014. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Impulsif Pada Remaja Gereja GMIM Wilayah Manado Winangun. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol.2 ,No.4, 2014:60-72.
- Tirmizi. 2009. *An Empirical Study Of Consumer Impulse Buying Behav- Iour In Local Markets*. *Journal Of Scientific Research*, 28(4), 522–532.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widjaja. 2010. *Lifestyle Marketing*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Wood. (1998). *Socioeconomic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying*. *Journal of Economic Psychology*, 19 (3), 295-320.

Internet :

<https://theinsiderstories.com/indonesia-retains-top-10-ranking-in-atkearneys-2017-global-retail-development-index/>

(diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://www.cnbcindonesia.com/>

_____ (diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://economy.okezone.com>

_____ (diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>

(diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>

(diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://katadata.co.id/opini/2019/01/27/retail-minimarket-masih-tumbuh-1000-gerai-tiap-tahun>

(diakses pada 15 Oktober 2019)

Popai.com

(diakses pada 15 Oktober 2019)

www.marketing.co.id

(diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://money.kompas.com>

(diakses pada 15 Oktober 2019)

<https://www.miniso.com>

(diakses pada 16 Oktober 2019)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Miniso>

(diakses pada 16 Oktober 2019)

www. E-Psikologi.com

(diakses pada 17 Januari 2020)

<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/18/03/17/p5pyws366-usia-31-tahun-disebut-sebagai-usia-paling-boros-pengeluaran>

(diakses pada 17 Januari 2020)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Miniso>

(diakses pada 30 Januari 2020)

<http://miniso.com/>

(diakses pada 30 Januari 2020)

<http://www.malmalioboro.co.id/>

(diakses pada 30 Januari 2020)