

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Pricilia dan, Hartono. 2013. "Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian and No Thinking. *European Journal of Consumer Research*.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka
- Astrid G. Herabadi, Bas Verplanken and Ad van Knippenberg (2009). Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology* (2009), 12, 20–31
- Azwar, Saifuddin. (2004). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset.
- Baron, R.A., dan Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial. Jilid 2. Edisi Kesepuluh*. Alih Bahasa: Ratna Bogor, Ghalia Indonesia. buying in Indonesia ; Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Jurnal of Psychology*. 12, 20-31 Cipta dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Kencana
- Buendicho, P. (2003), *Impulse Purchasing: Trend or Trait?*, Orlando: UCF.
- Dholakia, U.M., (2000), *Temptation and resistance: An integrated model of consumption* Djuwita. Jakarta: Erlangga
- Engel, James F, R.D.Blackwell and Paul W. Miniard. 1992. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Group
- Hadi, Sutrisno.(2000).*Metodologi Research* (jilid , edisi I-IV).Yogyakarta : Andi Offset
- Hanifah Luthfi. (2015). "hubungan antara konformitas dengan pembelian impulsif pada remaja Puteri *skripsi*. Surakarta: Universitas muhammadiyah Surakarta
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building impulse formation and enactment, Psychology and Marketing*. Vol. 17. No. 11, hal. 955-982. Introduction to Computers & Communications. (9th edition)". New York: McGraw-Hill. Jilid 1. Terjemahan oleh F.X.Budiyanto. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara
- John C. Mowen, Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga. *Journal of Consumer Psychology* Kacen, J.J., & Lee, J.A., 2002, *The*

influence of culture on consumer impulsive buying behavior, Journal of Consumer Psychology

- Kacen, J.J., & Lee, J.A., 2002, *The influence of culture on consumer impulsive buying behavior*,
- Kasali, Rheinald, 1998. *Membidik Pasar Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. & Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid I*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mahasiswa UK Petra di Circle K. Siwalankerto Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No.2. *Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill Company Inc.
- Martha dan Setiawan.(2010). Correlation Among Self-Esteem With Atendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro university.*jurnal*.Universitas Diponegoro
- Myers, D. G. (2012). (a.b Aliya, Lala, Petty & Putri). *Psikologi Sosial*. (edisi kesepuluh). Jakarta:
- Myers, D.G. (2005). *Social psychology*. (edisi kedelapan). New York. Mc Graw Hill.
- Moh. Uzer Usman, 2008, *Strategi Pembelajaran*, Jakarta : Erlangga
- Nugroho J. Setiadi, SE., MM. 2008. *Perilaku Konsumen :Konsep dan Impilikasi Untuk Strategi*
- Pricilia Yoan Wahyu. (2013). “ faktor psikologis konsumen yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif fashion di Malang Town Square. *Jurnal*. Malang:Universitas Brawijaya Malang”.
- Rissi Esther Suzana. (2015). “pengaruh hedonism dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja di Surabaya”. Skripsi. Surabaya: Universitas Pelita Harapan Surabaya
- Rohman Fatchur. (2009) “ peran nilai hedonic konsumen dan reaksi impulsif sebagai mediasi pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian impulsif di butik kota Malang. *Jurnal*. Malang: Universitas Brawijaya Malang

- Rook, D and Fisher, J.R.(1995),” Normative influences on impulsive buying behavior”, in Bearden, W. And Netemeyer, G.R. (Eds), *Handbook of Marketing Scales*, 2nd ed, pp.55-56.
- Sahrah & Astarari.2006.Hubungan Antara Konformitas Dengan Membeli Impulsif Pada Remaja Puteri.*Skripsi*.Universitas Mercubuana Yogyakarta
- Santrock, John, W. 2008. *Psikologi Pendidikan (edisi kedua)*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Sarwono, S. W. *Psikologi remaja*. Edisi revisi 8. Jakarta : Raja Grafindo Pustaka, 2004.
- Sears, dkk. (1994). *Psikologi Sosial*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Setiadi, Nugroho. 2003. ”Perilaku Konsumen ; Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Prenada Media Jakarta
- Sihotang Artledia. 2009. “hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja”. Skripsi. Semarang:Universitas Diponegoro
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. (2009). *Consumer Behavior in Fashion, 2nd Edition*. USA: Phronesis. Vol. 3, No. 6. Prentice Hall Salemba Humanika
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thai, 2003, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Mandar Maju, Bandung
- Ujang Sumarwan. 2004. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*,
- Verplanken & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency : Feeling
- Verplanken, B., Herabadi, A., Knippenberg, A. (2009). Consumption experience of Impulse
- Warsito, Hermawan. 1992. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Williams, B.K. and Sawyer, S.C. 2011. “Using Information Technology: A Practical

- Yu, C. and M. Bastin (2010), "Hedonic Shopping Value and Impulse Buying Behavior in Transitional Economies : A Symbiosis in the Mainland China Marketplace," *Journal of Brand Management*, Vol. 18, No. 2, pp. 106-114.
- Zebua, A.S, Nurdjayadi, R.D. 2001. Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*

