Daftar Pustaka

Ali, Asim, dan Saf Hasnu. (2009), "An Analisis Of In-Store Shopping Environment On Consumers' Impulse Buying: Evidence From Pakistan".

Astrid G Herabadi, Bas Verplanken, dan Ad van Knippenberg. (2009), "Consumption experience of impulse buying in Indonesia:Emotional arousal and hedonistic considerations", *Asian Journal of Social Psychology,* Vol. 12, pp. 20-31.

Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung:Alfabeta.

Dhaundiyal, Mayank, Joseph Coughlan. (2009), "The Effect Of Hedonic Motivations, Sociability And Shyness On The Impulsive Buying Tendencies Of The Irish Consumer", *Conference papers School of Marketing*, 2009-09-01.

Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto. (2011), "Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya". Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6, (1) 2011: 32-41.

Fathonah, Siti. (2009) "Pengaruh Hedonic Shopping Motivations dan Store Attributes Terhadap Shopper Loyalty". Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 13 No. 3, Hal: 287–300.

Gültekin, Beyza, Leyla Özer. (2012), "The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying",*Journal of Economics and Behavioral Studie,* Vol. 4, No. 3, pp. 180-189.

Jaya Negara, Danes dan Basu Swasta Dharmesta. (2001), "Lingkungan Belanja Dan Perilaku Belanja Ditinjau Dari Model Psikologi Lingkungan Dan Regulasi Diri Konsumen". Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 0853-1269, Hal: 49-60.

Kusumowidagdo, Astrid. (2010), "Pengaruh desain atmosfer toko terhadap perilaku belanja". Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 3 (1) 2010 :17-32.

Musriha. (2011), "Pengaruh Perilaku Pembelian Hedonic dan Ultilitarian terhadap Store loyalty di Matahari Department Store Surabaya". Jurnal Ekonomi, Vol. 4 (1) 2011 :12-18.

M. Tohar. 2000. *Membuka Usaha Kecil.* Yogyakarta: Kanisius.

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya.* Bandung : Fakultas Ekonomi UNIKOM.

Narimawati, Umi. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia : Aplikasi Contoh & Perhitungannya.* Jakarta :Agung Media.

Paul, Ben, B.G. (2004). Determinants of Planned and Impulse Buying: The Case of the Philippines. *Asia Pacific Management Review*, 9(6), 1061-1078.

Rachmawati, Veronika. *(2009),* "Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impulse BuyingPada Konsumen Ritel". Majalah Ekonomi, Tahun XIX No.2, Hal: 192-209.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tendai, Mariri dan Crispen, Chipunza. (2009), "In-store environment and impulsive buying", *African Journal of Marketing Management*, Vol. 1(4) pp. 102-108.

Widya Utami, Christina. 2010. *Manajemen Ritel (edisi 2).* Jakarta:Salemba Empat.

http://niki-papb.blogspot.com/2012/09/menjadi-konsumen-cerdas-di-mal-pasar.html

http://www.artikelceritagratis.com/2012/09/wisata-kefactory-outlet-di-bandung-jawa.html

www.nugrohonusantoro.com/

http://www.milestonemagz.com/2013/04/discount-is-it-really-a-good-deal-part1/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=discount-is-it-really-a-good-deal-part-1