

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, M.j, & Kristy E. Reynolds. 2003. *Hedonic Shopping motivations. Journal of Retailing*. Vol. 79, pp.77-95
- Anwar, Qoirul. 2014. Pengaruh Program Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Harian KOMPAS di Surabaya Selatan. Skripsi. Scribd.com (Diakses pada tanggal 2 Oktober 2015)
- Babin, B.J., William R.D., & Mitch G. 1994. *Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. Journal of Consumer Research*. Vol. 20
- Bayley, G., and Clive Nancarrow. (1998). *Impulse Purchasing: A Qualitative Exploration of the Phenomenon. An International Journal* 2: 99-114 dalam Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon) Jondry A. Hetharie Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Manajemen (STIEM) Rutu Nusa Ambon (2012)
- Cobb, Cathy J. and Wayne D. Hoyer. (1986). *Planned Versus Impulse Purchase Behavior. Journal of Retailing* 62 ( 4). 114 dalam Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon) Jondry A. Hetharie Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Manajemen (STIEM) Rutu Nusa Ambon (2012)
- Cummins, Julian. Roddy Mullin. 2004. *Sales Promotion* . PPM. Jakarta
- Dawson, S., Peter H.B., & Nancy M.R. 1990. *Shopping motives, emotional states, retail outcomes. Journal of Retailing*. Vol. 66, No. 4
- Fatonah, Siti. 2009. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Store Attribute* terhadap *Shopper Loyalty*. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 13 No. 3, Hal: 287–300

Foster, Dr. Ir., Bob, M.M., 2008. Manajemen ritel, Jakarta: Alfabeta

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS.  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,

Hansen, Kare dan Olsen, Svein Ottar. (2008). *Impulsive Buying and Store Patronage: The Role of Convenience Orientation and Time Pressure*. Paper, The Norwegian College of Fishery Science, University of Tromso, Norway.

Hardiyanti Pratiwi, Erma. Thesis. *The Implementation Of Discount and The Influence Toward Impulse Buying Apparel at Ramayana Department Store “ PT. Ramayana Lestari Sentosa, Ltd. Bandung (Survey to The Consumer of Ramayana Department Store Bandung 2010 Undergraduate Theses from JBPTUNIKOMPP /*

Hausman, A. (2000), *A Multi-method Investigation of Consumer Motivations in Impulse Buying Behavior*. *Journal of Consumer Marketing* 17 (5): 403-417.  
dalam Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon) Jondry A. Hetharie Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Manajemen (STIEM) Ratu Nusa Ambon (2012)

Hetharie, Jondry. 2012. Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon).

Japarianto, Edwin (2010), Faktor *Type Hedonic Shopping Motivation* dan Faktor Pembentuk Kepuasan *Tourist Shopper*. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*: 76-85

Jim blythe , Persepsi Konsumen Terhadap..., Yunita Fitriyani, FISIP UI, 2008

- Jones, M. A., dkk, 2006, *Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes*, *Journal of Business Research*, March: pp 974–981.
- Karbasivar, A. dan Yarahmadi, H. 2011. *Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior*. *Asian Journal of Business Management Studies* 2: p.174-181, (Online), ([www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), diakses Oktober 2012).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Airlangga
- Levy, M and Weitz, B. A., 2009, *Retailing Management, Seventh Edition*, Mc Graw-Hill.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Edisi Bahasa Indoensia. PT Indeks.
- Nguyen, T. T. dkk, 2007, *Hedonic shopping motivations, supermarket attributes, and shopper loyalty in transitional markets*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 19, No. 3, pp. 227-239.
- Nurmasarie, Rachma. *Et al.* 2013. PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PENJUALAN PERSEORANGAN TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA TIDAK TERENCANA. *Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 1 Nomor 2*
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Semuel, H., 2005, *Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba)*, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, vol. 7, no. 2, September: pp 152-170.

Semuel, Hatane. 2005. Respons Lingkungan Belanja sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Studi Kasus Carrefour Surabaya).

Semuel, Hatane. 2007. Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia, dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata). Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 2

Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis edisi 4. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.

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