

DAFTAR PUSTAKA

- Ailawadi., Neslin., and Gedenk. 2014. *Pursuing the valueconscious consumer: Store brands versus national brand promotions*. *Journal of Marketing*, 65, 71–89.
- Alie, Jeffrey Wijaya. 2018. *Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Behavior Serta Kepuasan Konsumen Pada Butik Zara Surabaya*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Andani, Nugraha Fitra. 2015. *Analisis Pengaruh Utilitarian Shopping Value dan Hedonic Shopping Value Terhadap Intent To Online Repurchase Dengan Peran Perceived Value Sebagai mediator*. Volume 4, Nomor 2, Tahun 2015, Halaman 1-12 ISSN (Online): 2337-3792
- Anderson dan Srinivasan. 2013. *E-satisfaction and E-loyalty; a contingency framework, Psychology and Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 123-38
- Anggraini, Ranti Tri dan Santhoso, Fauzan Heru. 2017. *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. *Gajah Mada Journal Of Psychology*, Vol. 3. No. 3., h. 132
- Anin, dkk. 2018. *Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja*. *Jurnal Psikologi*, Volume 35, NO. 2, 181 – 193. Fakultas Psikologi. Universitas Gadjah Mada.
- Ankabi, Samuel. 2013. *Familial Factors, Personality Traits and Self-essicacy As Determinants Of Entrepreneurial Intention Among Vocational College Of Education Students In Oyo State Nigeria*. *Journal Of The African Educational Research Network*. Volume 13 No 2.

- Arnold dan Reynolds. 2015. *Hedonic Shopping Motivation*. *Journal of Retailing*, Vol 79: 77-79.
- Aronson., Wilson., dan Akert. 2014. *Social Psychology*. New Jersey: London.
- Atik dan Ratminto. 2015. *Manajemen Pelayanan, disertai dengan Pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babin., Darden., dan Griffin. 2014. *Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value*. *Journal of Consumer Research* Vol 20, 644-655.
- Bafadal, Ibrahim. 2014. *Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Batra dan Ahtola. 2015. *Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes*. *Marketing Letters*, 2 (2), 159-170.
- Bayley dan Nancarrow. 2016. *Impulse purchasing: a qualitative exploration of the phenomenon*, *Qualitative Market Research: An International Journal* Volume 1 Number 2, pp. 99-114.
- Beatty dan Ferrell. 2017. *Impulse buying: modeling its precursors*. *Journal of Retailing* Vol. 74 No. 2.
- Blythe. 2016. *Key concepts in marketing*. Sage.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Chairiza. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen. Pada Hotel Andalas di Bandar Lampung*. (Tesis). Universitas Lampung. Lampung.

- Chusniasari dan Prijati. 2015. *Pengaruh Shopping Lifestyle, FashionInvolvement dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4, No. 12: 1-21
- Coley dan Burgess. 2014. *Gender differences in cognitive and affective impulse buying*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol.7 No.3, pp.282- 295
- Darma, Lizamary Angelina dan Japarianto, Edwin. 2014. *Analisa pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra*, 8(2), 80-89.
- Dawson dan Kim. 2015. *External And Internal Trigger Cues Of Impulse Buying Online: Direct Marketing*. An International Journal, Vol. 3 (1): pp. 20-34.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Emilie, Thao. 2014. *Emergence Of The Korean Popular Culture In The World*. (online). Internasional bussines, Turku University.
- Ferrand dan Vecchiatini. 2016. *'The Effect Of Service Performance And Skiresort Image On Skiers' Satisfaction'*. European Journal of Sport Science, vol. 2, no. 2, hh. 1-17.
- Fuadiyah, Nurul. 2016. *Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Griffin. 2013. *Management*, 11, South-Western: Cengage Learning.
- Hanzaee dan Rezaeyeh. 2013. *Investigation Of The Effects Of Hedonic Value And Utilitarian Value On Customer Satisfaction And Behavioural Intentions*. African Journal of Business Management.

- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hurlock. 2019. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Kehidupan*. Jakarta: Gramedia.
- Japarianto, Edwin dan Monika, Yuliana. 2020. *Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Moderator Pada Online Shop Chocochips*. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Jenkins, Henry. 2014. *Stangers No More We Sing: Filking And The Social Construction Of The Science Fiction Fan Community*, in book: *The adoring Audience: Fan Culture And Popular Media*. Routledge, London.
- Kim dan Kim. 2016. *Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers*. Journal of Shopping Center Research, 13 (1), 2016, 57-79.
- Kim., Xu., dan Gupta. 2017. *Which Is More Important In Internet Shopping, Perceived Price Or Trust*. Electronic Commerce Research and Applications, 11(3), 241–252.
- Kim. 2016. *Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers*. Journal of Shopping Center Research, 13 (1), 2006, 57-79.
- Kosyu., Hidayat., dan Abdillah. 2014. *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 14 No. 2 September 2014. Surabaya.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke Sepuluh. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.

- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Phillip. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Larasati. 2018. *Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia*. Jurnal Hubungan Internasional, 11(1), 109-120.
- Lestari dan Oetomo. 2014. *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Dermatitis Kontak pada Pekerja di PT Inti Pantja Press Industri*. Makara Kesehatan, pp.61-8.
- Liliweri. 2021. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta.
- Mesiono. 2015. *Manajemen dan Organisasi*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis.
- Mikalef., Michail., dan Adamantia. 2013. *Shopping and Word-of-Mouth Intentions on Social Media*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, Vol. 8, No. 1, Hal. 17-34.
- Miniard. 2016. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Momtaz., Ariffin., dan Karim. 2015. *Customers Satisfaction on Online Shopping in Malaysia*. An International Journal of Business and Management, Vol. 6. No. 10: pp. 162-169.
- Mowen. 2014. *Perilaku Konsumen Dialih Bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nguyen., Tho., dan Nigel. 2017. *Hedonic Shopping Values, and Shopper Loyalty In Transitional Markets*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Vol. 19, No. 3: 227-239

- Nook., Ong., Morelli., Mitchell., dan Zaki. 2016. *Prosocial Conformity: Prosocial Norms Generalize A Cross Behavior and Empathy*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(8), 1045-1062.
- Nugraini. 2016. *Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea Dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus Terhadap EXO-L)*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin. UIN Walisongo. Semarang.
- Ozen dan Engizek. 2014. *Shopping Online Without Thinking: Being Emotional Or Rational*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 26 (1): pp 78-93
- Park., Kim., dan Forney. 2016. *A Structural Model Of Fashionoriented Impulse Buying Behavior*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 433-446.
- Park, Richard. 2016. *Value Engineering*. USA. CRC Press LLC.
- Pasaribu, Aria Masdiana. 2017. *Pendapatan Usaha Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.
- Prasetyo., dan Raharjo. 2016. *Hedonic Shopping Value*. Purwokerto: STMIK AMIKOM Purwokerto
- Prihastama. 2016. *Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putri, Sasha Erini. 2015. *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Utilitarian Terhadap Impulse Buying Tendency Dalam Online Shopping*. FEB - Usakti. Jakarta.
- Rahayu., dan Ardani. 2018. *Observasi dan Wawancara*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rahmi, Dwi Alfi., dan Rizal, Muhammad. 2016. *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Sebagai*

Variabel Mediasi Pada Pembeli Di Sardo Swalayan. E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma: 82–94.

Ratnasari, Melani Dwi. 2019. *Pengaruh Buying Impulsiveness Terhadap E-Impulsive Buying Behavior Dengan Hedonic Value Dan Utilitarian Value Sebagai Variabel Pemediasi*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB). Vol. 14. No. 1. Hal. 61 – 70. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Yogyakarta.

Ristiana. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) di Yogyakarta*. Skripsi. Jurusan Manajemen : Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Rivai. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Edisi ke 6. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rohman, Fatchur. 2015. *Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Butik Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Malang.

Rook dan Gardner. 2015. “*In The Mood: Impulse Buying’s Affective Antecedents*”, in Arld-Costa, J. and Hirschman, E.C. (Eds), *Research in Consumer Behavior*, 6, 1-28.

Rook, Dennis. 2017, “*The Buying Impulse*”. *Journal of Consumer Research*, Vol. 14 (9), pp. 189-199.

Saleh, Abdul. 2013. *Relationship Of Caring Behaviors Of Nurses Patient Satisfaction Level In Inpatient At Hospital*. Makasar: Universitas Hasanuddin.

Santrock. 2014. *Psikologi Perkembangan*. Ed 11 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Schein. 2015. *Budaya dan Iklim Organisasi: Teori Aplikasi dan Penelitian*. Selemba Empat. Jakarta
- Schiffman, Leon., Kanuk, Leslie Lazar., dan Hansen, Havard. 2019. *Consumer Behavior*. England : Pearson Education
- Setiadi, Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Shihab, Mohammad. 2013. *Korean Wave dan Dampaknya Terhadap Remaja: Studi Kasus Super Junior ELF Indonesia di Jakarta*. Universitas Mercu Buana Jakarta. Jakarta.
- Simamora, Henry. 2014. *Manajemen Sumber Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bina Aksara.
- Sofiyudin. 2015. *Pengaruh Utilitarian Value Dan Hedonic Value Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Point Cabang Colombo Yogyakarta*. Skripsi. Jurusan Manajemen FE. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Stanton, William. 2013. *Marketing on Market*. Belmont. Cal, 4th Edition.
- Stern. 2019. "The Significance Of Impulse Buying Today". *Journal of Marketing*. Vol. 26 No. 2. pp. 59-62.
- Subagyo. 2016. *Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1), April 2016: 8-21.
- Subkhi, Akhmad dan Jauhar, Mohammad. 2013, *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- _____. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujana, Asep. 2015. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sukardi. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Tindakan Kelas : Implementasi dan Pengembangannya*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Sutisna. 2017. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya
- Suwanto dan Priansa, Donni Juni. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung : Alfabeta CV
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Terry, George. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta. Bina Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

- Utami. 2016. *Pengaruh Nilai Belanja Hedonik Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara*. Skripsi. Jurusan Manajemen FE. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Utami. 2016. *Pembelian Impulsif ditinjau dari Kontrol diri dan Jenis Kelamin Pada Remaja*. Jurnal Psikologi Proyeksi Universitas Gadjah Mada, Vol.3 No.1, 46 - 57.
- Veronika. 2019. *Pengaruh Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Lifestyle Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mal Malioboro Yogyakarta)*. Jurnal Manajemen Keuangan, Pemasaran, Sdm, Dan Operasi. Yogyakarta.
- Verplanken., dan Herabadi. 2015. *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*. European Journal of Personality; John Wiley & Sons, Ltd.
- Wade dan Tavris. 2016. *Psikologi*. Edisi Kesembilan. Jilid 2. Jakarta:
- Wathani. 2017. *Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau Dari Peran Gender*. Skripsi. Sumatra Utara: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Wijayanti, Irine Dianasari. 2015. *Manajemen*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Yuanita, Sari. 2014. *Korean Wave*. Yogyakarta: IdeaTerra Media Pustaka.