

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Irawan. (2015). *Analisis Perilaku Mahasiswa Manajemen Dalam Kaitannya Dengan Hasil Ujian Komunikasi Bisnis (Studi Mahasiswa Pada Mahasiswa Manajemen Unjani)*. Jurnal Bisnis Darmajaya, Universitas Jendral Achmad Yani, 1(2): 60-68.
- Basavaraj Sulibhavi & shivashankar. (2017). *The Impact of Brand Images on Customer's Loyalty Towards Private Label Brands: The Mediating Effect of Statisfaction. Hubli-Dharwad Conglomerat City of Karnataka. nternational Journal of Marketing & Financial Management*, 5(8): 43-50.
- Basrah Saidani, M Aulia Rahman dan Mohamad Rizan. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Fakultas Ekonomi, Universitas Jakarta. Jakarta, 4(1): 201-217.
- Danny Alexander Bastian. (2014). *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Images) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Universitas Kristen Petra, 2(1): 1-9.
- Dewi Lianatul Saputri, Tri Yuniarti. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Keterlibatan Fashion dan Visual Merchandising Terhadap Pembelian Impulsif*. Jurnal dan Ilmu Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya. 6(3):16-18.
- Djumarno, Oktaviadri Sjafar, Said Djamaluddin. (2017). *The Effect of Brand Image, Product Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 2(10): 15-24.
- Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto. (2011). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. Jurnal Pemasaran. Universitas Kristen Petra, Surabaya,. 6(1): 32-41.
- Faisal Munif Soim, Suharyono, Yusri Abdillah. (2016). *Pengaruh Brand Images Terhadap Keputusan Pembelian (Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, 35(1):151-152.

- Intan Mazidah Permatasari, Zainul Arifin, Surarti. (2017). *Pengaruh Hedonic consumption dan Mediator Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Pembeli Produk Fashion di Malang Town Square Kota Malang)*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang. 43(2): 4-43.
- Juan Brundi Sarmiento Made Ira. (2018). *Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Fashion Yang Dimediasi Oleh Emosi Positif*. Prodi Psikologi Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta.
- Lazuardi Okva Harindra, Wahyu Hidayat, Apriatni Endang Prihartini. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Digital 23 Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi, Universitas Diponegoro. 3(3): 1-95.
- Melya Sari. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kelompok Rujukan dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir)*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. 1(2): 9-34
- Methaq Ahmed Sallam. (2016). *The Impact of Brand Image and Corporate Branding on Consumer's Choice: The Role of Brand Equity*. *International Journal of Marketing Studies*, 8(1): 1918-7203.
- Sahid Sumarno, (2011). *Model Optimalisasi Implementasi Kebijakan Pemerintah Perihal Peringatan Bahaya Merokok Terhadap Perilaku Konsumen Rokok (Perokok) Dan Biaya Sosial*. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung. Semarang, 5(1): 19-29.
- Sari, Dwi Sartika, (2016). *Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Upaya Peningkatan Volume Penjualan Pada Kaos Nyenyek Palembang*. Other thesis, Politeknik Negeri Surabaya, 1(2): 13-25
- Selvi Amalia, (2016). *Analisis Pengaruh Hedonic Consumption Tendency, Fashion Involvement Dan Visual Merchandising Terhadap Consumer Buying Decision Process Pada Zoya Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Zoya Fashion Jakarta)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta, 1(20): 1-161.
- Shintia Fitri Febriani dan Nuri Purwanto, (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. Jurnal Riset

Manajemen & Bisnis. STIE PGRI Dewantara Jombang. Jombang. 2(2): 53.

Suharto dan Suwanto, (2014). *Pengaruh Pelayanan Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Tipe Supra X 125 Pada Dealer Bhinneka Motor di Kota Metro*. Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Metro. Lampung. 8(1): 34-49.

Sunarto, (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S*. Jurnal Moneter, Prodi Akuntansi Universitas Gunadarma, 5(1): 35-43.

Totok Subianto, (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Konsumen*. Fakultas Ekonomi. Universitas Kanjuruhan Malang. Malang, (3)3: 161-181.

Widya Tami Yunita, (2018). *Pengaruh Fashion Involvement Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Medan. Medan. 1(2): 12-30.