

DAFTAR PUSTAKA

- AC Nielsen. (2011). *Hasil Riset Konsumsi Media di Indonesia*. Nielsen
- AC, Nielsen. (2013). *Pasar Rakyat*. Balikpapan : Dinas Pasar Balikpapan.
- Adhita, P. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Malang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Brawijaya
- Agisti Fajrin. (2022). *Analisis In-Store Factore Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Citrus Departement Store (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pakuan)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Pakuan Bogor
- Alfina, P., Muhammad Said. (2021). *Tren Belanja Online Dan Perilaku Pembelian Impulsive*. Fakultas Pendidikan Psikologi : Universitas Negeri Malang
- Andriyanto., Sukmana. D, Suyadi., dkk (2016). *Pengaruh fashion product involvement dan positive emotion terhadap impulsive buying*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 31.
- Anisah, Sari Saraswati, d.k.k. (2016). *Pusat Batik Surakarta Hadiningrat di Laweyan, Surakarta*. Jurnal Ilmiah Desain Konstruksi. Vol.15, No. 1
- Arista Kusumaningsih. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion product involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Karita Muslim Square Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi : Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Barnard, M. (2006). *Fashion sebagai komunikasi: Cara mengkomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas dan gender*. Diterjemahkan oleh: Idy Subandy Ibrahim. Yogyakarta & Bandung: Jalansutra.
- Beatty, Sharon.E., & Ferrel, M. Elizabeth. (1998). *“Impulsive buying: Modeling Its Precursors”*. Journal of Retailing Vol. 74, No. 2.
- Coley, A., Burgess, B. (2003). *Gender differences in Cognitive and Affective Impulsive Buying*. Journal of Marketing and Management. Vol.7 NO.3 pp 282-295.
- Deavy Vincentia. (2021). *Pengaruh Perkembangan Mode Terhadap Penggunaan Batik Pada Remaja*. Surabaya : Journal Universitas Ciputra
- Dian, A., Tasya, S., dkk (2022, September 29). *Batik Mendapat Tempat di Hati Para Millenial*. from Lokadata. id : <https://amp-lokadata-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.lokadata.id/amp>
- Dita Rizkya Elnina (2022). *Kemampuan Self Control Mahasiswa Ditinjau Dari Perilaku Impulse Buying Terhadap Produk Fashion*. Fakultas

Psikologi : Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung

- Dullah, Santosa. (2002). *Batik, Pengaruh Zaman dan Lingkungan*. Solo: Danar Hadi
- Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hal. 206
- Engel, J Blackwell, R & Miniard, P. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ervia Ristiana. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fairhurst, A. E., Good, L. K., & Gentry, J. W. (1989). *Fashion product involvement: an Instrument Validation Procedure*. *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 7, No. 3, pp. 10-14. (129114157).
- Farah Salisa, dkk (2022). *Mindfulness dan Impulse Buying Pada Dewasa Awal Yang Melakukan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19*. Fakultas Kedokteran : Universitas Syiah Kuala
- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T. A. (2018). *Theories of Personality: Ninth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomies, S.J., Tamalene, A, H., dan Pattipeilohy, V, R (2018). *Pengaruh Ketersediaan Uang dan Konsumsi Hedonis Terhadap Pembelian Impulse Produk Ole-Ole Khas Kota Ambon*. *Jurnal Maneksi*, 7 (2), 94-99.
- Gray, N. H (2010). *Bahasa, batik, and bargaining : An exploratory study of negotiation styles and behaviours of Indonesian managers*. *Journal of Transnational Management*, 15 (3), 215-228.
- Hamzuri. (1985). *Batik Klasik (Classical Batik)*. Jakarta: Djambatan
- Hermanto, E. Y. (2016). *Pengaruh Fashion product involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 10, No. 1.
- Herukalpiko, dkk. (2013). *Pengaruh Kewajaran Harga, Atmosfer Toko dan Pelayanan Toko terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Robinon Departement Store Semarang*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 1-9.
- Hurlock, E.B. (1980). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (edisi kelima). Jakarta : Penerbit Erlangga
- Hurlock, E.B. (1993) *Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta : Erlangga

- Japariato, E & Sugiono, S. (2011). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion product involvement* terhadap *Impulsive Buying Behavior* Masyarakat *Hight Income*
- Jay, S. R. (2011). *Consumers Attitude and Shopping Intentionstoward Pop-up Fashion Stores*. *Journal of Global Fashion Marketing*, 139–147.
- Kapferer, J.N & Laurent, G. (1985). *Consumers Involvement Profile: a New Practical Approachto Consumer Involvement*. *Journal of Avertising Research*. Vol.25, no.6, pp 48-56.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, Oktober 6). *Produksi Batik Terus Meningkat*. From [Kemenperin.go.id](https://kemenperin.go.id) : <https://kemenperin.go.id/artikel/872/ghs>
- Kim, H. (2005). *Consumer Profiles of Apparel Product Involvement and Values*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 9 (2), pp 207-220
- Kinar, G. (2022, Oktober 6). Sejarah Hari Batik Nasional. From Blibli Friends : <https://www.blibli.com/friends/blog/sejarah-hari-batik-nasional-00/>
- Kuswaji Kawindrosusanto. (1985). *Mengenal Seni Batik di Yogyakarta*. Yogyakarta : Proyek Pengembangan Permuseuman DIY.
- Lestari Sumi. (2020). *Analisis Konstruk Fashion product involvement Remaja Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurusan Psikologi. Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik. Universitas Brawijaya.
- Melinda, A., Finisica, D. (2021). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Fashion Involvement Terhadap Pembelian Impulsive*. Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Surabaya.
- Mowen, C. John. Minor, Michael. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nadya Muslimatul Ummah dan Siti Azizah Rahayu. (2020). *Fashion product involvement, Shopping Lifestyle Dan Pembelian Impulsif Produk Fashion*. *Jurnal Penelitian Psikologi* 11, no. 01 (n.d.): 34.
- Park, E. J., Kim, E. W., and Forney, J. C. (2006). *A Structural Model of Fashion Oriented Impulse Buying Behaviour*, *Journal of Fashion Marketing and Management* vol. 10, no. 4, pp : 433- 446
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat
- R.J.Havigurst. (1953). *Human Development andEducation*. New York, ColumbiaUniversity, Teachers College Press.
- Rook, D. W. (1987). *The Impulse Buying*. *Journal of Consumer Research*, 9(14), pp. 189–199.
- Rook, D.W &Gardner, M.P. (1993). *In the Mood: Impulse Buying'sAffective Antecedents*. *Research in Consumer Behavior*. 6 (7). 1-28

- Sa'idatul, A, F, Aisyah R., dkk (2022). *Perilaku Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shoppe Ditinjau Dari Kontrol Diri*. Fakultas Psikologi : Universitas Esa Unggul
- Saifuddin, Azwar. (2003). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Sangadji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI
- Sanjaya, F. , Listyo, Y. (2019). *Budaya Berbusana Batik pada Generasi Muda*. Jurnal. Fakultas Psikologi : Universitas Surabaya
- Saraswati. (2016). *Paguyuban Batik Sekar Nitik Kembangsongo, Desa Trimulyo, Bantul Tahun 2000-2015: Tinjauan Sejarah dan Perkembangannya*. Jurnal Pendidikan Sejarah Vol.4, No 3.
- Shintia, F., Nuri, P. (2019). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang*. Jombang : STIE PGRI Jombang
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*. New jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif , dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Supratiknya, A. (2014). *Pengukuran Psikologis*. Yogyakarta: Penerbit USD. Surabaya. Journal Manajemen Pemasaran. 6 (1). Pp 31-41.
- Suranta Sembiring (200). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen Di Toko "Top Man", "Top Shop" di Paris Van Jawa Mall, Bandung)*. Jurnal. Fakultas Ekonomi : Universitas Komputer Indonesia.
- Syamsu Yusuf dan Juntika Nurihsan. (2007). *Teori Kepribadian*. Bandung: Rosda.
- Umboh, Z., Mananeke, L., Samadi, R. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion product involvement dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di MTC Manado*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Sam Ratulangi
- Verplanken, B &Herabadi,A. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. *European Journal of Personality*. Vol 1
- Zaichkowsky, J.L., Desember 1985, *Measuring the Involvement Construct in Marketing*. *Journal of Consumer Research*, 12(12), pp. 341-352.