

DAFTAR PUSTAKA

- Amelie, Siska. (2014). 5 Alasan Kenapa Cewek Gilak Belanja [Online].
<http://bisnis.liputan6.com/read/2023055/5-alasan-kenapa-cewek-gila-belanja>
[20 Maret 2016].
- Armelia, Nadya. (2015). 15 Factory Outlet Terkenal di Bandung [online].
<http://www.infobdg.com/v2/15-factory-outlet-terkenal-di-bandung/> [3
Desember 2015]
- Anggraeni, Shinta Wulan. [2015]. Bandung Kota Paris Van Java [online] .
<http://www.infobdg.com/v2/bandung-kota-paris-van-java/> [12 Oktober 2015]
- Avello, Glavilan, Balsco and Abril. (2010). *Hedonic Buying Motivation and Time Style. Journal of Management and Business*, Vol 1 Iss 1.
- Bandungtourism. [2015]. The Most Favorite City and The Best Service Quality City [online] <http://www.bandungtourism.com/index.html> [15 September2015]
- Cinjarevic, Tatic and Petric. (2011). *See It, Like It, Buy it! Hedonic Shopping Motivations and Impulse Buying. Journal of Economics and Business*, Vol 9 Iss 1.
- Cooper, Donald R. (2006). *Metode Riset Bisnis*. (Volume 2, edisi 9). PT Media Global Edukasi.
- Darma dan Japarianto. (2014). *Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra World Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 8 Iss 2 pp 1907-235.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. (Cetakan Kesatu). Bandung:PT.Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung. (2016). *Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang ke Kota Bandung Tahun 2010-2014*.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung. (2016). *Motif Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2011-2013*.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Bandung. (2015). *Prioritas Pengembangan Industri Unggulan Kota Bandung*.
- Guido, Gianluigi. (2006). *Shooping Motives, Big Five Factors, and The*

Hedonic/Utilitarian Shopping Value: An Integration and Factorial Study.
Journal Of Innovative Marketing, Vol 2.

- Handayani dan Patricia. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X”. *Jurnal Psikologi*, Vol 12 Iss 1.
- Hermantoro, Hengky (2011). *Creative-Based Tourism dari Wisata Rekreatif menjadi Kreatif*. (Cetakan Kesatu). Depok;Aditri.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. (Cetakan Kesatu). Bandung: PT.Refika Aditama.
- Ismayanti. (2011). *Pengantar Pariwisata*. (Cetakan kesatu). Jakarta:PT.Grasindo.
- Japarianto, Edwin. (2010). Analisa Faktor Type Hedonic Shopping Motivation dan Faktor Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 12 Iss 6 pp 76-85.
- Khasali, Rhenald. (2005). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kim, Hye Shin.(2006). *Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. Journal of Shopping Center Research*, Vol 13 Iss 1.
- Kosyu, *et al.* (2014). Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* Terhadap *Shopping Lifestyle* dan *Impulse Buying* (Survey pada Pelanggan *Outlet Stradivarius* di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 14.
- Kotler, P & Keller K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12 Jilid 2). PT. Indeks.
- Kotler, P & Keller K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 12 Jilid 1). PT. Indeks.
- Kotler, P & Keller K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary.(2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi ke 12 Jilid 1). Jakarta:Erlangga.
- Kotlet, P & Keller K. (2012). *Marketing Management*.(14nd ed). Pearson Education Limited.
- Make, Kotler Bowen. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (6nd ed). Pearson Education Limited.

- Meng and Xu. (2012). *Tourist Shopping Behavior: Planned, Impulsive or Experiential ?*. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Vol 6 Iss 3 pp 250-265.
- O'Brien, H.L. (2010). *The Influence of Hedonic and Utilitarian Motivations on User Engagement: The Case of Online Shopping Experiences*. *Journal of Interacting with Computers*, Vol 22 Iss 4 pp 344-352.
- Pitana, I Gde dan Surya Diarta, I Ketut. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta:ANDI.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. (Edisi 1). Yogyakarta:ANDI.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Dongkrak Penjualan Melalui Marketing Strategy & Competitive Positioning Mengukur Segmentasi, Targeting, dan Positioning Menggunakan SPSS*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Resmadi, Idhar. [2015]. Eksebisi Kreeativitas Fashion Kota Bandung [online] <http://infobandung.co.id/eksebisi-kreativitas-fashion-kota-bandung/> [4 Oktober 2015]
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. (Cetakan ke-7). Bandung:Alfabeta.
- Rusdi, Febrian. [2011]. Factory Outlet Bandung [online] <http://bandung.jacktour.com/2011/04/factory-outlet-bandung.html> [3 Desember 2015]
- Sangadji Mamang, Etta. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta:ANDI.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarkar, Abhigyan. (2011). *Impact of Utilitarian and Hedonic Shopping Values on Individual's Perceived Benefit and Risks in Online Shopping*. *International Journal of Management Review*. Vol 7 Iss 1.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. (Edisi 1, Cetakan ke-3). Jakarta:Kencana.

- Setiawan, Budi. (2015). *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis*. (Edisi-1). Yogyakarta:Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Cetakan ke-4). Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. (Cetakan ke-17). Bandung:Alfabeta.
- Sundstrom, Malin. (2011). *Tourist Shopping Motivation: Go with Flow or Follow the Plan*. *International Journal of Quality and Service Science*, Vol 3 Iss 2 pp 211-224.
- Sunjoyo dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. (Cetakan Kesatu). Bandung:Alfabeta.
- Suryadana, M. Liga dan Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung:Alfabeta.
- Timothy, Dallen J. (2005). *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*. (1nd ed). British Library Cataloguing in Publication Data
- Wardhani, Apriliana Dyah. (2012). *Evolusi Aktual Aktivitas Urban Tourism di Kota Bandung dan Dampaknya terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi*. *Jurnal Pembangunan wilayah dan kota*, Vol 8 Iss 4 pp 371-382.
- Yananda, M.Rahmat dan Salamah, Umi. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten dan Provinsi Berbasis Identitas*.(Cetakan Kesatu).Jakarta:Makna Informasi.
- Zikmund, Babin, Carr and Griffin. *Business Research Methods*. (8nd ed). South-Western:Cengage Learning.