

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Sofiyudin, 2015. Pengaruh *Utilitarian Value* Dan *Hedonic Value* Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret *Point* Cabang Colombo Yogyakarta.
- Afina Putri Cholifaturrosida, Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal, 2018. *Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Motivation Terhadap Behavioral Intention Pada Pemilihan Tas Mewah* (Survei Online Terhadap Konsumen Wanita yang membeli Tas Mewah Pada Store Urban Icon Di Surabaya).
- Anderson, M., Palmblad, S., dan Prevedan, T. 2012. Atmospheric Effects on Hedonic and Utilitarian Customers. *Bachelor Thesis*. Linnaeus University.
- Andreas. 2012. Kontribusi Faktor Hedonis Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Mengembangkan Usaha Yang Berkelanjutan, *Skripsi*, Sushi Joobu Jakarta.
- Anggit, S. 2012. Pengaruh Atribut Produk, Motif Hedonic dan Motif Utilitarian Terhadap Keputusan Konsumen di Nens Corner Music Cafe And Resto Surabaya, *Skripsi*, Nens Coner Music Cafe And Resto Surabaya.
- Assael, H. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*. NewYork: International Thomson Publishing.
- Babin. 1994. "Work and or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value", *Journal of Consumer Research* , Vol 20, pp. 91-100.
- Basu DH Swastha dan handoko T, 2000. Manajemen pemasaran, Analisis. Perilaku Konsumen, BPFE-UGM, Jogyakarta.
- Batra, R., dan Ahtola, O.L. 1991. Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes. *Marketing Letters*, 2 (2), 159-170.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

_____2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

_____2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 7*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hanzae, K.H., dan Rezaeyeh, S.P. 2013. Investigation of The Effects of Hedonic Value and Utilitarian Value on Customer Satisfaction and Behavioural Intentions. *African Journal of Business Management*, 7 (11), 818-825, 21 March 2013.

<http://www.landasanteori.com/2015/09/perjanjian-waralaba-frenchise-di.html>

Kim, H.S. 2006. Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13 (1), 2006, 57-79.

Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga

_____dan G. Armstrong. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.

_____2002. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perencanaan dan Pengendalian*. BPFE UI. Edisi Indonesia.

Lia Octaria Pasaribu, Citra Kusuma Dewi, 2015. Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying* Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora

Mowen, J. C., dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima, Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, John J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

Schiffman and Kanuk, 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Prentice Hall.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Grup

Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sinta Puspita Sari dan Hening Widi Oetomo. 2014. Faktor *Utilitarian* dan *Hedonis* Terhadap *Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan* Pada Hotel Ibis ,*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*

Sjafi'i Ahmad, Bambang Koesbandrijo, Agung Pudjianto dkk. 2018. *Buku Pedoman Penulisan SKRIPSI Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. Surabaya. Prenadamedia Group.

Subagio, Hartono. 2011. Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1), April 2011: 8-21.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R.D*, cetakan ke delapan, Bandung: Alfabeta.

—————2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta

—————2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

—————2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeth. Bandung.

—————2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, A. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Cetakan Pertama. Jakarta : Ghalia Indonesia

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Umamatul Mufarrohah dan Tri Yuniati. 2016. Pengaruh Atribut Produk, Motif *Hedonic* dan Motif *Utilitarian* Terhadap Keputusan Pembelian

Yanuar Irsan, 2015. Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonic Dan Motif Belanja Utilitarian Serta Loyalitas Konsumen Carrefour di Surabaya.

Yuni Sukamdani dan Teguh Purwanto. 2016. Kepuasan Pembelanja Supermarket Yang Dipengaruhi *Motif Belanja Hedonik Dan Utilitarian Mahasiswa Universitas PGRI Buana Surabaya*.