

## DAFTAR PUSTAKA

- Akpoyomare, O. B., Adeosun, L. P. K. and Ganiyu, R. A. (2012). The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis. *American Journal of Business and Management*. Vol. 1, No. 4.
- Afandy, T., Srikandi, K., Fransisca, Y., (2014). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang Memutuskan Membeli Handphone Merek Nokia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15 No. 1
- Amirullah, B. H. (2011). Pengantar Manajemen. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Bakırtaş, Hülya., Divanoğlu, Sevilay Uslu. (2013). The Effect Of Hedonic Shopping Motivation On Consumer Satisfaction And Consumer Loyalty. *International Journal of Asian Social Science*. 3(7):1522-1534.
- Cahyono, B.Y. (1999). Pengajaran Bahasa Inggris: Teknik, Strategi, dan Hasil Penelitian. Malang. IKIP Malang.
- Cooper, D. R., Schindler. (2006). Business Research Methods (Vol. 9). New York. McGraw-hill.
- Dimiyati, Mohamad. (2013). Model Struktural Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*. Vol. 1 No. 1
- Ferdinand, A. (2016). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang
- Ferrinadewi, Erna. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal manajemen & kewirausahaan*. vol. 7, no. 2.
- Given, L. M. (Ed.). (2008). The Sage encyclopedia of qualitative research methods. Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hanzaee, Kambiz Heidarzadeh. (2011). A Review Of The Role Of Hedonic And Utilitarian Values On Customer's Satisfaction And Behavioral Intentions (A case study; customers of Fasham restaurants). *Interdisciplinary Journal of Research in Business*. Vol. 1, Issue. 5
- Hidayat, Asep Taufik. (2012). Hubungan antara Atribut dan Minat Beli Konsumen. *Ejurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*. Vol. 1, No. 1.

- Kasnaeny, K., Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., Rohman, F. (2013). Hedonic and Utilitarian Motives of Coffee Shop Customer in Makassar, Indonesia. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.25
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. IndeksKelompok Gramedia
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2012). Marketing management 14/e. *Pearson*.
- Kusuma, G. W., Idrus, I., Djazuli, A.(2013). The Influence of Hedonic Shopping Motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable: (A Study on Consumers at the Hardy's Mall Singaraja, Buleleng Regency, Indonesia). *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.31
- Liu, Ching B. S., Furrer, O. & Sudharshan, D.(2001). The Relationships Between Culture and Behavioral Intentions Toward Services. *Journal of Service Research*. Volume 4, No. 2 118-129
- Leha, J. M., Hartono S. (2014). Pengaruh Atribut Café Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di The Square Apartement Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1
- Maukar, D.C. (2013). Hubungan Konformitas Remaja dan Identitas Sosial Dengan Brand Loyalty pada Merek Starbucks Coffee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol.2 No.2.
- Rusadi, Made Deasy Natalia. (2014). Pengaruh Atribut Produk Dan Motif Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 3 No. 7.
- Ryu, K., Han, H., Jang, S., (2010). Relationship Among Hedonic And Utilitarian Values, Satisfaction And Behavioral Intentions In The Fast-Casual Restaurant Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol 22
- Sekaran, U. (2006). Research methods for business: A skill building approach. *John Wiley & Sons*.
- Sekaran, U. (2011). Research methods: A skill building approach. *John Wiley & Sons*.
- Shamser, Robbaka. (2012). The Importance Of Product Attributes Influencing Purchase Decision: A Comparative Study Between FMCG Laundry Soaps. *D.U. Journal of Marketing*, Vol. No. 15.

- Simamora, B. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Projitabel*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran-2/E*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Veal, A. J. (2011). Leisure participation patterns and gender: the survey evidence on Australian adults. *Annals of Leisure research*, 14(2-3), 120-142.
- Wahyudi, Handri Dian. (2005). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Eksekutif*, Vol. 2 No. 3.
- Wibowo, Setyo Ferry. (2012). Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.

