

## DAFTAR PUSTAKA

- Ailawadi, Kusum, Keren Gedenk & Scott A. Neslin. (2011). Pursuing The Value Conscious Consumer: Store Brand Versus National Brand Promotion. *Journal of Marketing*. Vol.65. 71-89.
- Ali Hasan, 2009. *Marketing*. Jakarta; Media Presindo
- Amelia, Yanti, Devy K.I. & Amelia. (2015). Analisis Pengaruh Utilitarian Shopping Value Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Matahari Department Store Di Surabaya. UWM Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*, Vol. 4 No. 2.
- And The Effects On Satisfaction And Intention To Leave. *Erasmus Research Institute of Management (ERIM)*. Rotterdam School of Management. Vol 4 No 13
- Aulia, Septa Akbar., Sukati, Inda., Sulaiman, Zuraidah. (2016). A Review: Customer Perceived Value and its Dimension. *Asian Journal of Social Sciences and Management Studies*. 3(2), pp: 150-162.
- Babin, 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Bagyarta & Dharmayanti. (2014). Analisa pengaruh hedonic dan utilitarian value terhadap repurchase intention pada industri pusat kebugaran kelas menengah atas di Sidoarjo. Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 2. No 1.
- Bakirtas, Hulya & Divanoglu, S. Uslu. (2015). The effect of hedonic shopping motivation on consumer satisfaction and consumer loyalty. *International Journal of Asian Social Science*. Vol 3. No 7.
- Boselie, P. & T. Van der Wiele. 2002. Employee Perceptions of HRM and TQM The Effects on Satisfaction and Intention to leave. MSQ special 'Service Excellence' ERIM Report Series Research Management. pp. 1-13 McGraw-Hill, Inc. New York.
- Christopher Lovelock & Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Indonesia
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Delgado, E., Muneura, J.L. and Yague, M.J. 2003. Development And Validation Brand Trust Scale, *International Journal Of Market Research*, Vol 45 No. 1, pp. 35-54.

- Dewanthi, Putu Ayu Astya & Wulandari Ni Made, K. (2017). Peran Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 1: 2302-8912.
- Emzir. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif & Kualitatif)*. Jakarta: Rajawali.
- Fariz, Irfan Nur & Widiyanto, Ibnu. (2014). Antecedent Nilai Utilitarian Dan Minat Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 3.No 4: 2337-3792.
- Feick, Lawrence., Lee, Jonathan., Lee, Janghyuk. 2001. The Impact Of Switching Costs On The Customer Satisfaction-Loyalty Link: Mobile Phone Service In France. *Journal Of Services Marketing*. , vol. 15 no. 1 pp.66-79.
- Ferrinadewi, Erna. (2016). Pengaruh nilai-nilai hedonis dan konsep diri terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada loyalitas merek di Surabaya. *E-jurnal Manajemen Kinerja*. Vol 2.No 2. Universitas Widya Kartika.
- Fuadiyah, N., Suharyono & Hidayat, K. (2016). Pengaruh nilai utilitarian dan nilai hedonis terhadap keputusan pembelian ponsel Iphone. *Jurnal Administrasi Bisnis JAB*. Vol 36.No 1. Universitas Brawijaya.
- Griffin, Hill. 2005. *Customer Loyalty, How to Earn it How to Keep it*. Loxington. Books An Imprint of The Free Press.
- Hidayat. 2004. *Pengantar Konsep Dasar Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kazakeviciute, Asta dan Banyte, Jurate. (2012). The Relationship of Consumers Perceived Hedonic Value and Behavior. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 23(5), pp: 532-540.
- Kerlinger, Fred. N. 2002. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Kettinger, William J. and Choong, Zones of Tolerance: Alternative Scales for Measuring Information Systems Service Quality. *MIS Quarterly*, Vol. 29, No:4, 2005
- Kitzinger, S. 2005. *The Politics of Birth*, First Edition, Elsevier, London.

- Kotler & Keller.2008.*Manajemen Pemasaran*.Jilid 2.Edisi 13.Jakarta: Erlangga.
- Kotler &Keller.2007.*Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1.Jakarta;PT.Indeks.
- Kotler, Philip.2002.*Marketing Management*,Millenium Edition. New Jersey : Pearson Custom Publishing.
- Kotler,Philip&Keller, Kevin Lane.2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,Philip&Zaltman,G.2001. *Targeting prospects for a new product. Marketing: Critical Perspectives on Business and Management*, Vol. 4 (1), 328-350.
- Kotler,Philip.,Bowen,J.T.,Makens,J.C.2010. *Marketing for Hospitality and Tourism*.Upper Saddle River, New Jersey, 07458: Pearson Education, Inc
- Kotler,Philip.2003.*Manajemen Pemasaran*. Edisi 11, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler,Philip.2009.*Marketing management: A south Asian perspective*. India: Pearson Education.
- Kuncoro.2003.Metode riset untuk bisnis dan ekonomi.Jakarta: Erlangga.
- Lau, G, & Lee, S, 1999.Consumers Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty, *Journal of Marketi Focused Management*. New Jersey: Prentice-Hall Inc
- Leha, J.Monica & Subagio,Hartono.(2014).Pengaruh Atribut Café Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utulitarian Dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Di The Square Apartement Surabaya.Universitas Kristen Petra.*Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.Vol. 2, No. 1
- M.D., Dowling,G.R.,Hammond,K.2003.Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs.*Journal of Customer Marketing*.Vol.20.No.4.
- Mowen,C.Mowen&Michael,Minor.2002. *Perilaku Konsumen*.Erlangga;Jakarta.
- Ningsih, Suprihatin.(2016).Pengaruh gaya hidup hedonis dan prokrastinasi kerja pegawai yang dipindah statuskan di dinas pertambangan dan energi kabupaten Kutai Kartanegara.*e-journal psikologi*. No 4. Vol 2.Unmul.
- Nurlinda,R.A.(2013).Pengaruh customer satisfaction strategi terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Universitas Esa Unggul.*Forum Ilmiah*.Vol 10.No 2.

- Parasuraman, Zeithaml & Berry.2006. *Consumer Behavior, and Marketing Strategy*. New York: The Free Press A Division of Macmillan Inc.
- Rangkuti,Freddy.2009.*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta :PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Samirna, Irbahani&Zuhra, Syarifah Evi.(2017).Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Dan Utilitarian Terhadap Loyalitas Destinasi Wisata Dengan Kepuasan Belanja Secara Keseluruhan Sebagai Variabel Mediasi pada Destinasi Wisata Kota Sabang.Universitas Syiah Kuala..*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*.Vol 2.No 1.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah.2013.*Perilaku Konsumen*.Yogyakarta: Andi.
- Sangkoy, Nancy Veronica & Maria V. J. Tielung.(2015).the Effect Of Utilitarian Value And Hedonic Value On Teenagers Customer Loyalty At Manado Town Square .*Jurnal EMBA*.University of Sam Ratulangi Manado.Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.709-718
- Santoso, Imam.(2015).Peran nilai utilitarian dan hedonis terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen minuman probiotik. Universitas Brawijaya.*Jurnal Manajemen & Agribisnis*.Vol 13.No 3.
- Santoso, Singgih. 2011. SPSS StatistikParametrik. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media.
- Sari&Giantari.(2017).Peran kepuasan konsumen memediasi hubungan nilai utilitarian dan nilai hedonik dengan loyalitas konsumen studi kasus pada J.CO Donuts and Coffee Denpasar. Universitas Udayana.*E-jurnal Manajemen Unud*.Vol 6.No 3.
- Sari, Sinta Puspita & Oetomo, Hening Widi.(2014).Faktor Utilitarian dan Hedonik Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen pada Hotel Ibis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*,Vol 3.No 6.
- Sari,Diana.S.(2015).Pengaruh hedonic value dan utilitarian value terhadap kepuasan pelanggan dan behavioral intentions pada Restoran Boncafe di Surabaya.*Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.Vol.4 No 2.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. 1999. *Consumer Behaviour*, FifthEditions. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Schmitt, B. 1999.Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands. New York: The Free Press.

- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Edisi I&2. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningsih, Oktania. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol. 14, No. 2, 2014 : 67 -80
- Solomon, Michael R. 2002. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, R. Michael. 2004. *Consumer Behavior, Buying, Having, and Being. 8th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior : Buying having and being 9th Ed*. New Jersey. USA. Perason Prentice Hall.
- Stanley, R.J. (2013). Pengaruh customer satisfaction dan membership card loyalty terhadap store loyalty pada industri ritel kategori minimarket di Jakarta. *Journal of Management and Business Review*. Vol 10. No 1. Sekolah Tinggi Manajemen PPM.
- Subagio. (2011). Pengaruh atribut supermarket terhadap motif belanja hedonik motif belanja utilitarian dan loyalitas konsumen pada supermarket besar di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 6. No 1. Universitas Kristen Petra.
- Sugiyono 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung; Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, AMUS: Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suprayogo. 2001. *Metodologi penelitian sosial*. Bandung; Rosdakarya.
- Swari, Ni Luh, A.P & Giantari, G.A.K. (2017). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Dengan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3, 2017: 1194-1220 ISSN : 2302-8912.
- Tanojohardjoeta. (2014). Analisa Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Brand Trust Dengan Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening

- Pada Produk Pewarnaan Loréal Professionnel. Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2, No. 1.
- Tolba, Ahmed., Seoudi, Iman., Meshriki, Hakim., Abdel, Shahid Mina. (2015). Impact of Ethical Sales Behavior, Quality and Image on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Retail Banking in Egypt. *International Journal of Management and Marketing Research*, 8 (2), pp: 1-18.
- Top Brand Award. (5 Januari 2017). Top Brand Indeks. Diakses 7 Mei 2017. [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1).
- Top Brand Award. (5 Januari 2017). Top Brand Indeks. Diakses 7 Mei 2017. [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1).
- Uncles, M.D., Dowling, G.R., Hammond, K. 2003. Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs. *Journal of Customer Marketing*. Vol. 20. No. 4.
- Veronica, Nancy. (2011). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5asec Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Vol. 4, No. 2
- Yussri, Mirwansyah, Yussri., Achmadi, Fuad., & Sunaryo, Sonny. (2013). Analisa Konsumer Shopping Value, Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket "X" Di Sidoarjo. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVII*: 978-602-97491-6-8