

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Burhan Bugin, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya), (Jakarta: Kencana, 2006), 79-80.
- Kotler dan Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kusumowidagdo, Astrid, Desain Ritel (Komunikasi Strategi Pemasaran Bisnis dengan Tepat!), (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) 13.
- Rintho, Rante Rerung, E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi, (Yogyakarta: CV. Budi Utama), 2018. 34.
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016), 79.
- Sudaryono, Pengantar Bisnis. Yogyakarta: C.V ANDI OFFEST, 2015. 253.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2020).
- Sunoyo, Danang, Konsep Dasar Pemasaran dan Perilaku Konsumen (Yogyakarta: CAPS, 2012), 225.

Jurnal :

Baisyir Fauzi, M. Q. PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN. *journal of managementReview*, 1.

Charisma, Lady., & Suprpti, Ni.Wayan,Sri. PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN NIAT BELI ULANG (Studi pada Pengguna Aplikasi E-Money Merek OVO di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung). *E-Jurnal Manajemen*, 9(6), 2147-2166.

Fuadiyah, Nurul., & Hidayat, Kadarisma. (2016). PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN NILAI HEDONIK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Ponsel iPhone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 129-136.

Krido Eko Cahyono, Khuzaini Khuzaini, and Widiarto Hermono, "Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 20, no. 2 (2018): 188–208. Krisnanda, S., & Rulirianto, R. (2019).

Kusumadewi, Dyan. Febrina., Soewarno, Noorlailie., & Isnalita., (2019). Pengaruh Kualitas Situs Web, Nilai Hedonis, Dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 542-568.

Silvia Krisnanda, & Rulianto.,(2019) PENGARUH NILAI HEDONIK DAN NILAI UTILITARIAN TERHADAP MINAT BELI ULANG ONLINE

SHOP SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa D-IV Manajemen Pemasaran Angkatan 2015-2018 Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 214-217.

Samsi Dimastita Bagyarta dan Diah Dharmayanti, "Analisis Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Terhadap Repurchase Intention Pada Industri Pusat Kebugaran Kelas Menengah Atas di Sidoarjo," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol 2, No.1 (2014): 3.

Udin, Bahak., Salim, Muhammad. Agus., & ABS, M. Khoirul. (2020). Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Ulang Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(03).

Utami, Binar. (2017). Pengaruh Nilai Belanja Hedonik terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Perantara (Studi Kasus pada Pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 6(1), 11-22.

Skripsi :

Amanita Novi Yushita, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi," *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* Vol 6, no. 1 (2017):15.

Istirokhah, Nening. (2020). Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Terhadap Kepuasan Belanja Mahasiswa IAIN Ponorogo Pada Situs Belanja Online.

Johar, Diah Syafita (2018) Nilai Utilitas Dan Nilai Hedonis Yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang (Survey Online Pada Pembeli Produk Fashion E-Commerce Berrybenka Di Indonesia). Magister thesis, Universitas Brawijaya.

Kiani, N. I. (2018, October). Hubungan antara nilai hedonis, nilai utilitarian, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang di kafe kopi spesialti Kota Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 9, pp. 574-583).

Lamidi dan MD Rahadhini, "Pengaruh Nilai Hedonis, Nilai Utilitarian dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Niat Berperilaku (Survei pada Konsumen Timnlo Sastro Surabaya), *Riset Fair* (2017): 6.

Sofiyudin, Ahmad. (2015). Pengaruh Utilitarian Value Dan Hedonic Value Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Point Cabang Colombo Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.