

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, Mark J. dan Reynolds, Kristy E. (2003). Hedonic shopping motivation. *Journal of Retailing*, 79 (2), 77-95.
- Bahruzen, M., & Nugraha, P. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Ritel. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(1), 33-43.
- Chin, F. Y. (1998). Sustainable use of ground vegetation under mature oil palm and rubber trees for commercial beef production. *Basic Animal Nutrition and Feeding*. AC de la Vina and FA Moog, (eds). John Wiley and Sons, New York.
- Creswell, John W. (2015). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Damanik AM. 2008. Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen terhadap coffee shop De KoffiePot Bogor [skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Ferdinand, Augusty, (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang.
- Harnanto. 2017. *Akutansi Biaya: Sistem Biaya Historis* Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, Jogiyanto. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE. Yogyakarta.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: Update Guidelines on Which Methods to Use. *Int. J Multivariate Data Analysis*, 1 (2), 107-123.
- Holbrook, M.B. & Hirschman, E.C (1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*. 11(9), 132-140.

- Khomilah, M. (2020). Pengaruh Promosi, Atribut Toko (Store Attributes), dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nick Coffe di Kota Bengkulu.
- Kotler, Philip. (2003). Manajemen Pemasaran. Edisi ke 11. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. (2011). 10th Ediyion. Marketing an Introduction. Indonesia: Perasion.
- Koo, D.M., (2003), "Inter-relationships among stores images, stores satisfaction, and store loyalty among Korea discount retail patrons", "Asia Pacific Journal of Marketing and logistics", vol.15, no.4, pp.42-71.
- Krisnanda, S., & Rulirianto, R. (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.
- Kusumadewi, D. F., Soewarno, N., & Isnalita, N. I. D. N. (2019). Pengaruh Kualitas Situs Web, Nilai Hedonis, Dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Membeli Kembali. E-jurnal Akuntansi, 28(1), 542-568.
- Leha, J.M dan Subagio, H., (2014). "Pengaruh Atribut Cafe Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffe di The Square Apartment Surabaya". Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol, No 1, Hal 1-12. Surabaya.
- Maholtra, N.K. (2004). Marketing research (4th ed.). Prentice Hall: Pearson Education, Inc.
- Murti, W. W. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis, 8(2).
- Oetomo, Rahardian Ali dan Rini Nugraheni (2012). Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). DeRama Jurnal Manajemen Vol. 2, No. 1 Januari.

- Pramatayya, V. Najib, M dan Nurrochmat, D.R., (2015). “Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi dan Keputusan Pembelian Ulang”. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol 12 No. 2, Juli. Bogor.
- Safitri, Monica, L.H. (2022). “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan Promosi Penjualan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Starbuck Indonesia”. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 10 No.1.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Sumarwan, Ujang. (2002). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sopiah. (2008). Perilaku Organisasional. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Schiffman & Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Worotitjan, C. Moniharapon, S dan Ogi Imelda W.J., (2019). “Pengaruh Merek, Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian Terhadap Loyalitas Konsumen Giordano Mantos di Manado”. Jurnal EMBA Vol.7 No.1 Januari, Hal 461-470.