

## DAFTAR PUSTAKA

- Albert, Noel, Dwight Merunka dan Pierre Valette Florence. 2012. Brand passion: Antecedents and Consequences. *Journal Bisnis Research xxx* (2012) xxx.xxx
- Arnold, M.J & Reynolds. (2010). Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing*. 79, 77-95.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Rajawali Press. Jakarta.
- Bauer, H., Heinrich, D., & Martin, I. 2007. How to Create High Emotional Consumer-Brand Relationships? The Causalities of Brand Passion. *In Proceedings of the Australian & New Zealand Marketing Academy Conference* (pp. 2189–2198)
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo. 2002. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Fajar, Nazwar Nur. 2013. Pengaruh Hedonisme, Utilitarianisme, Citra Merek Terhadap Kepuasan Merek pada Pengguna Harley Davidson di Surabaya. *Artikel Ilmiah*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Edisi ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrianti, Novi dan Shellyana Junaedi. 2018. Motivasi *Utilitarian* dan Hedonis Pada Penelusuran di Media Sosial (Studi *Word-Of-Mouth Intention*). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong, 2014, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 13 jilid 1, Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2010. *Principles of Marketing*. New York: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua., Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, jilid 1, Prenhalindo, Jakarta.
- Kusumahati, Fanani dan Sunarti. 2013. Pengaruh Manfaat *Utilitarian* dan *Hedionis Produk* Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Dari Ponsel Global Ke *Smartphone Blackberry*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 2. No. 1 Mei 2013.
- Lupiyoadi, R. dan R. B. Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi II. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Triyani dan Prapti. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Cafe Riilfians And Bistro Pati.
- Ryu, K, Han, H., Jang, S (Shawn). 2010. Relationships among hedonic and utilitarian values, satisfaction and behavioral intentions in the fast-casual restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(3), 416-432. <https://doi.org/10.1108/09596111011035981>.
- Sari, Tjahjaningsih dan Hayuningtias. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang)
- Somba, Windah Estrilia dan Sunaryo, Mugiono. 2018. Pengaruh Nilai *Hedonis* dan Nilai *Utilitarian* Terhadap *Behavioral Intention* Dengan *Word Of Mouth* (WOM) Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6 No. 1.
- Stanton, William. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D 2010th ed.*, Bandung: Alfabeta.
- Swastha dan Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa. Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Tantular. 2016. Analisis Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere), Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cak Sis Seafopod Resto Jember)
- Tjiptono, Fandy & Anastasia, Diana. 2016. *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta. Andi.

- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardhana, Ali dan Samuel Shwan Terah. 2020. Pengaruh Brand Passion, Brand Commitment dan Brand Intimacy Terhadap Repurchase Intention, Positive WOM dan Pay Price Premium. *Business management Journal* Vol. 16. No.1 : 29-35.
- Chiaravalle, B., & Schenck, B. F. 2014. *Branding For Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Carroll, B., Ahuvia, A., 2006. Some antecedents and outcomes of brand love. *Marketing Letters* 17 (2), 79-89.
- Fournier, S. 1998. Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343–353.