

DAFTAR PUSTAKA

- Amyani, R. (2016). *Teknik Sampling*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Berry, Parasuraman, & Zeithaml, V. A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Jurnal Marketing*, Vol. 49.
- Desikasari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makyung Martabak & Cafe Medan. *Skripsi Manajemen Ekonomi Bisnis Of Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1-55.
- Ebert, J., & Griffin, W., & (6th). *Introducing of Business*. New York: Prentice Hall, Inc.
- Farida, et. al. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama.
- Ferdinand, A. (2014). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen ed. 5*. BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Gunarso, S. (2005). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Andi.
- Husna, & Lubis. (2019). Pengaruh Motivasi Utilitarian dan Motivasi Hedonis Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengunjung Sport Station Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, 230-244.
- Imam, G. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J, P. P., & Jerry, C. O. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT Indeks.

- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 25-32.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 150-159.
- Mayasari, I. (2014). *Perilaku Hedonis (Pandangan Teoritis dan Praktis)*. Mayasari, Iin;.
- Media, T. B. (2023). *Potensi Pasar Kosmetik Indonesia*. Retrieved from Technobusiness: <https://technobusiness.id/insight/spire-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/>
- Miauw. (2016). Motivasi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Wild. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 567-575.
- Mulyana, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, 1-8.
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Efpres Digimedia.
- Ozen.H, & Engizek.N. (2013). Shopping online without thinking: Department of Marketing, Istanbul University, Istanbul, Turkey. *APJML*, 78.
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini di Tenggarong. *JEMI*, Vol. 20, 29--39.
- Peng, N., & Chen, A. H. (2019). Examining consumers' luxury hotel stay repurchase intentions-incorporating a luxury hotel brand attachment variable into a luxury consumption value model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 31, 1348-1366.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2000). *Consumer behavior Jilid 2 : Perilaku konsumen dan strategi pemasaran ed. 4*. Jakarta: Erlangga.
- Puspitasari, R. (2017, Oktober). Manusia Sebagai Makhluk Sosial.
- Ramadhan, & Santosa. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, 1-12.
- Ratih, & Astiti. (2016). Pengaruh Motivasi Hedonis dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 209-219.

- Safitri, M. L. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Promosi Penjualan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Starbucks. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 280-290.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.
- Sandu, & Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Sartika. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C Serta Damapaknya terhadap Loayalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 10-21.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen (Edisi 7)*. Indeks.
- Setyaningrum et. al. (2016). Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 97-104.
- Statistik, B. P. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*, 2022. Retrieved from Badan Pusat Statistik: https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/1
- Statistik, B. P. (2023). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa)*, 2020-2022. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/indikator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Subagio, H. (2011). Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian, dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, 8-21.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tikker, & Pandowo. (2016). The Effect Of Hedonic Motives and Shop Anvironment On Impulse Buying In Manado Towards Retailer Stores (Case at Matahari Dept.Store). *Jurnal EMBA*, 1274-1282.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Ed.3* Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Servis Quality and Satisfaction*. Andi.
- Valarie, Z. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and Strategie in Services Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 49, 33-46.
- Wiguna, & Santika. (2020). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, 199-217.

Zahra, N., & Sanaji. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis Pada Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 9.

Zainurossalamia, S. (n.d.). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*. 2020: Forum Pemuda Aswaja.

