

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto, P. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34-52.
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46-55. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Amelia, D., Karina, R., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 11-24.
- Anand, T., Ramachandran, J., Sambasivan, M., & Batra, G. S. (2019). Impact of hedonic motifation on consumer satisfaction towards online shopping: Evidence from Malaysia. *E-Service Journal*, 11(1), 56-88. <https://doi.org/https://doi.org/10.2979/eservicej.11.1.03>
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Redi, A. A. N. P. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotife after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 116. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>
- Beddu, H., Kamase, J., Labbase, I., & Arfah, A. (2022). Pengaruh Citra Toko, Motifasi Hedonis, Bauran Pemasaran, Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Melalui Keputusan Implusif Di Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosio Sains*, 8(1), 39-54. <https://doi.org/10.37541/sosiosains.v7i2.665>
- Cahya, A. D., Marthasari, A., Ramadhani, P. A., & Wulandari, R. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 144-150. <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.656>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585-593. <https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif (Pertama)*. Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (X)*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan (Pertama)*. unitomo press.
- Janna, N. M. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik.

- Kartini, R. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Go-Ride Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 74–8
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645-1650.
- Manalu, D. H., Siagian, E. M., & Simanjuntak, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandara Internasional Sisingamangaraja Xii Silangit. *ECOJURNAL-Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 2(2), 223–229.
- Marlina, S., & Wufron, W. (2021). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan CafÃ© di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2), 115–121. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52434/jwe.v20i2.1286>
- Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu penyusunan skala sikap model Likert untuk mengukur sikap siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292-304.
- Mawarni, D. S., Heriyadi, H., Listiana, E., Juniwati, J., & Mayasari, E. (2023). The Influence Of Utilitarian And Hedonic Values On Repurchase Intentions For Counterfeit Products Toward Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1870–1879.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik (Pertama)*. Pradina Pustaka.
- Nugraha, D. H. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek. Psikoborneo: *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 428–440. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Nurtanio, I. N., Bursan, R., Wiryawan, D., & Listiana, I. (2022). The influence of shopping lifestyle and hedonic shopping motifation on impulse buying in bukalapak e-commerce (study on bukalapak consumers in Bandar Lampung). *Jurnal Tafkirul Iqtishodiyah (JTI)*, 2(2), 1–28.
- Paparang, N. C., Areros, W. A., & Tatimu, V. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor PT. Post Indonesia di Manado. *Productivity*, 2(2), 119-123.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.1093>
- Pratiwi, H., Prayudi, A., Sinaga, K., Mahyudanil, M., & Aditi, B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herfinta Farm And Plantation. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(2), 72–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i2.7268>

- Prayogo, R. A., & Ariadi, G. (2024). Influence of Service Quality on Purchase Decision with Customer Satisfaction and Hedonistic View as Mediating Variables. *KnE Social Sciences*, 618–631. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i14.16133>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1–14.
- Santi, S., & Mulyanti, D. (2023). Pengaruh Motif Belanja Hedonik Dan Motif Belanja Utilitarian Terhadap Loyalitas Konsumen. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 2(1), 21–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.55983/inov.v2i1.387>
- Saputra, N. H., Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Online Store Guzzle Di Media Sosial. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 709–718.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2021). *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis (Pertama)*. Merdeka Kreasi Group.
- Souisa, W., & Tahapary, G. H. (2023). The Influence Of Product Quality And Hedonic Shopping Motifes On Consumer Loyalty For Women’s Clothing Products Parissa Brand Pants At Robinson department Store Maluku City Mall. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 821–830.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Widagdo, B., & Roz, K. (2021). Hedonic shopping motifation and impulse buying: the effect of website quality on customer satisfaction. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 395–405. <https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.395>
- Yusuf, A. M. (2019). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan* (Cet. V). Kencana
- Zainurrafiqi, Z., Amar, S. S., Rohmaniyah, R., Aristin, R., Muchtar, R. M., Rusnani, R., ..., & Hidayati, N. (2021). The effect of utilitarian value and hedonic value on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable:

empirical evidence from Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(5), 291–305.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i5.2670>

