

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Sofiyudin. 2015. Pengaruh Utilitarian Value dan Hedonic value terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Point Cabang Colombo Yogyakarta.
- Ade Indra Kusuma. 2019. Ini 4 Alasan Kedai Kopi Asyik Jadi Tempat Kerja Para Milenial. <https://www.suara.com/lifestyle/2019/01/22/151630/ini-4-alasan-kedai-kopi-asyik-jadi-tempat-kerja-para-milenial> . Diakses tanggal 1 Agustus 2019
- Afina Putri Cholifaturrosida. 2018. Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Motivation terhadap Behavioral Intention pada Pemilihan Tas Mewah (Studi online terhadap Konsumen Wanita yang membeli tas mewah pada Store Urban Icon di Surabaya). Jurnal Administrasi dan Bisnis Vol. 55 No. 2 Februari 2018
- Andriansyah. 2012. Pengaruh Customer Value terhadap Loyalitas Pelanggan Simpati di Graha Pari Telkomsel Bandar Lampung.
- Ardhin Bahtiar Riyandi. 2016. Analisis Pengaruh Nilai Hedonis dan Nilai Utilitarian terhadap Niat Berperilaku pada industri Pusat Kebugaran di Yogyakarta.
- Arief Sosiawan dan I kadek Oka Swartana. 2018. Pengaruh Hedonic Values dan Utilitarian Values Pada Kepuasan Konsumen dan Behavioral Intentions Pada Restoran Fast Food di Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. ISSN: 1979-3650
- Aries Subagio. 2013. Etika Dalam Memberikan Pelayanan. <https://www.kompasiana.com/justariss/552c4b3f6ea834524c8b4577/etika-dalam-memberikan-pelayanan-wajib> . diakses tanggal 2 Agustus 2019
- Arum Permata Sari dan SL Triyaningsih. 2015. Pengaruh Perceived Value Terhadap Behavioral Intentions Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi di Restoran MR. Pancake Solo Paragon Life Style Mall. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15. No. 3
- Asri Permata. 2015. Hubungan Patronage Buying Motives Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung. <https://text-id.123dok.com/document/y4wxdrvq-hubungan-patronage-buying-motives-dengan-gaya-hidup-hedonis-pada-konsumen-starbucks-coffee-di-kota-bandung.html> , diakses tanggal 25 Maret 2019.
- Caguk Yulianto. 2015. Penerapan Model Niat Berperilaku (Behavioral Intention) dan Pengaruhnya Dalam Fasilitas Pendukung di Bus Trans Jakarta. Widyaiswara Pusat Pengembangan Sumberdaya Manusia Aparatur Perhubungan Kementerian Perhubungan. ISBN: 978-60273638-0-9

- Edy Purwo Saputro dan Sih Handayani. 2016. Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Niat Belanja Online. *Jurnal EKA CIDA* Vol. 1 No. 1. ISSN: 2503-3565
- Elly Herlyana. 2012. Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam* Vol. 13, No. 1. ISSN: 1413-5727
- Erna Susilawati dan Rahma Wahdiniwaty. 2017. Pengaruh Kepribadian dan Harga terhadap Impulse Buying Pada Produk di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* Vol.1 No. 1. ISSN: 2460-089X
- Euis Soliha. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang.
- Gaby Rodorea Agrippina. 2016. Behavior Intention Konsumen Dalam Menilai Kualitas Pelayanan Jasa Perawatan Diri
- Grace Setiati, Imam Santosa, dan Achmad Syarief. 2015. Gender dan Place Attachment Pada Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Socioteknologi* Vol. 14, No. 3
- Hery Purnomo dan Lilia Pasca Riani. 2018. Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring Pada Masyarakat Kota Kediri. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 2, Nomor 1. ISSN: 2549-6972
- Hoai Nam Dang Vu and Martin Reinhardt Nielsen. 2018. Understanding Utilitarian and Hedonic Values Determining the Demand for Rhino Horn in Vietnam. *Human Dimensions of Wildlife An International Journal*. ISSN: 1087-1209
- Hulya Bakirtas, Ibrahim Bakirtas, and Mumin Atalay Cetin. 2015. Effect of Utilitarian and Hedonic Shopping Value and Consumer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions. *EGE AKADEMIK BAKI* . DOI: 10.21121
- Raeny Dwi Santy. 2012. Pengaruh The Big Five Personality dan Materialisme Konsumen Terhadap Pembelian Impulsif Serta Dampaknya Pada Pembelian Kompulsif (Survey Pada Pengunjung Mall di Kota Bandung). *Indonesian Journal of Economics and Business*. Vol 2, No 3
- Ratih Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta
- Ratu Aulia Bernatta. 2017. *Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Remaja*.
- Raymond Tambunan. 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat* (online). <http://www.e-psikologi.com/remaja/270210.htm> . diakses tanggal 15 juli 2019

- Restia Ningrum. 2017. Benarkah Kebiasaan Nongkrong Anak Muda Indonesia Hanya Buang Waktu?. <https://ublik.id/benarkah-kebiasaan-nongkrong-anak-muda-indonesia-hanya-buang-buang-waktu/> . diakses tanggal 1 Agustus 2019.
- Rieska Utami. 2018. Fenomena Coffe Shop sebagai tempat Nongkrong Kawula Muda. <https://www.kompasiana.com/rieska55343/5bf18a37aebe14f0d778b15/fenomena-coffee-shop-sebagai-tempat-nongkrong-kawula-muda> , diakses tanggal 24 Maret 2019.
- Sri Septiani Bagja dan Rahma Wahdiniwaty, 2017. Pengaruh Display Toko dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1
- Tim Viva. 2019. Nongkrong di Kafe, Tren atau Eksistensi. <https://www.viva.co.id/indepth/fokus/1012510-nongkrong-di-kafe-tren-atau-eksistensi> . diakses 2 Agustus 2019
- Imam Santono. 2015. Peran Nilai Utilitarian dan Hedonis Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Meminum Probiotik. Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol 13 No. 3. ISSN: 1693-5853
- Ikram Dastan. 2014. Relationships Among Utilitarian And Hedonic Values, Brand Affect and Brand Trust in the SmartPhone Industry. Macrothink Institute Journal of Management Research Vol. 6 No. 2. ISSN: 1941-899X
- Iwan Budiyo dan Eka Murtiasri. 2018. The Effect Of Customer Value Dimensions To Describe Customer Satisfaction and Behavioral Intention Of Sharia Banks in Indonesia. Journal of Islamic Banking and Finance Vol. 2 No. 1. ISSN: 2654-8569
- Kambiz Heidarzadeh Hanzaee and Saber Porgham Rezaeyeh. 2013. Investigation of the Effect of Hedonic Value and Utilitarian Value on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. African Journal of Business Management Vol. 7 (11). ISSN: 1993-8233
- Lamidi dan MD Rahadhini. 2017. Pengaruh Nilai Hedonis, Nilai Utilitarian dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Niat Berperilaku (Survei Pada Konsumen Timlo Sastro Solo). Research Fair Unisri Vol. 2 No. 1
- Lizamary Angelina Darma dan Edwin Japarianto. 2014. Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening Pada Mall Ciputra World Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 8 No. 2. ISSN: 1907-235X
- Majid Nili. 2013. Impacts of Utilitarian and Hedonistic Values of Online Shopping on Preferences and Intentions of Consumers. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences Vol. 3 No. 5. ISSN: 2222-6990

- Novita Trimartati. 2014. Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *PSIKOPEDAGOGIA* Vol. 3 No. 1. ISSN: 2301-6167
- Ni Luh Ade Purnami Swari dan I Gusti Ayu Ketut Giantari. 2017. Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Dengan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 6 No. 3. ISSN: 2302-8912
- Nineu Indah Kiani. 2018. Hubungan antara Nilai Hedonis, Nilai Pelanggan, Kepuasan Konsumen, dan Minat Beli Ulang di Kafe Kopi Spesialti Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*. Vol. 9
- Nugraha Fitra Andani dan Harry Soesanto. 2015. Analisis Pengaruh Utilitarian Shopping Value dan Hedonic Shopping Value Terhadap Intent To Online Repurchase dengan Peran Perceived Value Sebagai Mediator. *Diponegoro Journal of Management* Vol. 4 No. 2. ISSN: 2337-3792
- Nur Hadziqotul Fatimah dan Ririn Tri Ratnasari. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Nilai dan Niat Berperilaku Pelanggan Hotel Syariah Grand Kalimas di Surabaya. *JEBIS* Vol. 1, No.2
- Saidani dan Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Rach Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* Vol. 3, No. 1
- Silvita Agmasari. 2018. Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia. <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia> , diakses tanggal 24 Maret 2019.
- Sinta Diana Sari. 2015. Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value terhadap Kepuasan Pelanggan dan Behavioral Intention Pada Restoran Boncafe di Surabaya. *CALYPTRA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. ISSN: 2302-8203
- Sonia Basoni. 2018. Terus Berevolusi, Kopi Jadi Trend an Bisnis yang Menjanjikan di Indonesia. <https://food.detik.com/cooking-event/d-4265319/terus-berevolusi-kopi-jadi-trendan-bisnis-menjanjikan-di-indonesia>, diakses tanggal 24 Maret 2019.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung. Alfabeta
- TripadvisorIndonesia. 2019. Daftar Coffee Shop di Kota Bandung. [https://www.tripadvisor.co.id/Search?geo=297704&searchNearby=&pid=3826&redirect=&startTime=1561101408156&uiOrigin=MASTHEAD&q=coffee%20shop&supportedSearchTypes=find near stand alone query&enableNearPage=true&returnTo=https%253A 2 F 2F www 2E tripadvisor 2E co 2E id 2F ShowUserReviews 2D g](https://www.tripadvisor.co.id/Search?geo=297704&searchNearby=&pid=3826&redirect=&startTime=1561101408156&uiOrigin=MASTHEAD&q=coffee%20shop&supportedSearchTypes=find%20near%20stand%20alone%20query&enableNearPage=true&returnTo=https%253A%202F%20www%2E%20tripadvisor%2E%20co%2E%20id%2F%20ShowUserReviews%2D%20g)

297704_2D_d6489828_2D_r446645492_2D_Bahana_5F_Coffee_5F_Shop_2D_Bandung_5F_West_5F_Java_5F_Java_2E_html&searchSessionId=C124141E6DF713DF5FD4AB882C8EA3AF1561101353400ssid&social_typeahead_2018_feature=true&sid=C124141E6DF713DF5FD4AB882C8EA3AF1561101426133 , diakses tanggal 25 maret 2019.

- Trixie Nova Bella Tandijaya. 2018. Analisa Pengaruh Service Quality terhadap behavioral intentions dengan Perceived Value dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pendidikan Tinggi. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 12 No. 2. ISSN: 2597-615X
- Uma Sekaran dan Roger Bougie. 2017. Metode Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta. Salemba Empat
- Umit Basaran and Ozan Buyukyilmaz. 2015. The Effect of Utilitarian and Hedonic Values on young Consumers' Satisfaction and behavioral Intentions. Eurasian Journal of Business and Economics. DOI: 10.17015/ejbe.2015.016.01
- Umi Narimawati.2008. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. Bandung. Unikom
- Qomariah Gladis Oktaviani. 2017. Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value terhadap Customer Satisfaction dan Behavioral Intentions. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 6 No. 2. ISSN: 2302-8203
- Windah Estrilia Somba,, Sunaryo danMugiono. 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. ISSN: 2301-9093