Daftar Pustaka

Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori Dan Aplikasi*. Ae.

Baiq Wanda Hamidah, Lady Faerrosa, L. J. J. (2024). *Pengaruh Lingkungan Sosial, Hedonic Shopping Motivation, Dan Utilitarian Value Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Spaylater*. *1*, 11–23.

Handayani, F. (2023). *Pengantar Manajemen*. Cv. Widina Media Utama.

Hidayat, A.S., Et Al. (2025). *Konsep Dasar Marketing*. Cv Harfa Kreatif.

Juanu, M. (2025). *Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Terhadap Kepuasan Konsumen Fore Coffee Di Bandar Lampung*. 19.

Judijanto Loso, Hildawati, Syarweny Narulita, Ishak Riani Prihatini, Heirunnisa, Zeanette T. Lisbet, Nurjannah, Paridy Anggraeni, Munizu Musran, Arniti Ni Ketut, Islami Vina, Purwatmini Nining, S. G. (2024). *Asas-Asas Manajemen* (Efitra (Ed.)).

Kasnaeny, K., Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Rohman, F. (2013). *Hedonic and Utilitarian Motives of Coffee Shop Customer in Makassar, Indonesia.* European Journal of Business and Management, 5(25), 75–81.

Lidianingsih, Wiki Ayu. Hartuti, Elizabeth Tika Kristina. (2025). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik Dan Utilitarian Terhadap Impulse Buying Di ClawsCoffeeBintaro*.

Https://Journal.Lap4bangsa.Org/Index.Php/Jumandik/Article/View/265/266

Mumtaza, A. A., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Syarif,

N., & Jakarta, H. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere , Viral Marketing Dan Price Terhadap Purchase Intention Pada Cafe & Resto Hidden Gem Di Tangerang*.

Prof.Dr.Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cv Alfabeta.

Raprayoga, A., Masruhan, Prasetia, I., Elviana, Rusman, Ismawati, I., Budiyono, Budiyanto, A., Danial, D. M., Mulyono, A. R., & Kurniati, R. R. (2022). *Pengantar Manajemen*. Cv. Widina Media Utama.

Safitri, A. D., & Tuti, M. (2024). *Pengaruh Pengalaman Minum Kopi dan Suasana Toko melalui Motivasi Hedonis dan Utilitarian pada Niat Membeli Kembali.* IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 5(1), 41–54.

Sandi, W., & Wahyudi, T. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Perceived Price, dan Hedonic Motivation terhadap Minat Beli di Yellowfitkitchen pada Masa Pandemi Covid-19. KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, 8(3).

Saragih, L. Et Al. (2024). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*.

Satriadi, Zami Alex, Sandra Evita, Lastriani Elvi, F. (2022). *Pengantar Manajemen*. Cv Azka Pustaka.

Saudin, L., Kune, D. (2025). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Widiana Media Utama.

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *Literature Review*

Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, 3(1), 301–313.

Setiawan, L. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel*. *12*(1), 53–59. Https://Doi.Org/10.9744/Pemasaran.12.1.53

Siska, Y. A., Endriana, A. E., Wahyuni, R., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., Rahmani, S., Puspasari, D., Suyatno, A., Fadillah, M. I., Adam, K. A., Nurhayati, N., Maria, P., & Fatimah, A. (N.D.). *Perilaku Konsumen*. Cv Intelektual Manifes Media.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cv Andi Offset.

Sugiarto, Javier Natael Oswaldo. Elgeka, Honey Wahyuni Sugiharto. Tjahjoanggoro A. . (N.D.). *Motivasi Hedonic Dan Utilitarian Mahasiswaatlet Dengan Purchase Intention Pada Peralatan Olahraga Second-Hand*. Https://Doi.Org/10.30813/Psibernetika.V14i1.2642

Susilawati, E. (2025). *Pengantar Manajemen*. Pt Penerbit Qriset Indonesia.

Terry, G.R & Rue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajamen*. Bumi Askara.