

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Mitra Utama. Jakarta.
- Adilang, Oroh, Moniharapon. 2014. Persepsi, Sikap, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online, *Jurnal EMBA*, Vol 2, No. 1, P.561-570.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic Shopping Motivation. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95.
- Azwar, S. 2015. *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu – ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Choy Johnn Yee, Ng Cheng San, and Ch'ng Huck Khoon, Consumers' Perceived Quality, Perceived Value and Perceived Risk Towards Purchase Decision on Automobile, *American Journal of Economics and Business Administration* 3. 2011.

David, Aaker. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. THE FREE PRESS . NEW YORK LONDON TORONTO SYDNEY.

Durianto, D., Sugianto, dan Sitingjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. GramediaPustakaUtama. Jakarta.

Fadhilah. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek terhadap Proses Pengambilan Keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion. *Jurnal MIX*, Vol. VI, No. 2.

Hartiningtiya, M. Assegaff. (2010). Analisis Brand Awareness, Brand Association Perceived Quality dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EKOBIS*, Vol. 11, No. 2, P. 500-507

Hossain. (2007). An Evaluation of Brands Image, Product Attributes and Perceived Quality of a Selected Consumer Non-durable Product. *Journal Administration and Management Review*, Vol. 19, No. 2, P. 48-63.

Karam, Asaad Ali & Serdar Saydam, (2015), An Analysis Study of Improving Brand Awareness and Its Impact on Consumer Behavior Via Media in North Cyprus (A Case Study of Fast Food Restaurants), *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6, No. 1; January 2015.

Katrin, Setyorini & Masharyono (2016). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *E-journal.upi.edu*.

Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan, Edisi ke-13 jilid 1). Jakarta: PT. Penerbit Erlangga.

Kusuma, Idrus, Djazuli.2013. The Influence of Hedonic Shopping Motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable : (A Study on Consumers at the Hardy's Mall Singaraja, Buleleng Regency, Indonesia), *European Journal of Business and Management*, Vol 5, No. 3, P. 241-246.

Kosyu, Dayang Asning, Hidayat, Kadarisman dan Abdilah, Yusri, 2014 Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14 , No.2

Mawara. (2013). Periklanan dan Citra Merek Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, P. 826-835.

Mohammad Fikri Amrullah (2018). Pengaruh Fitur Aplikasi Blackberry Messenger (BBM) Pada Android dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android. *Journal.umg.ac.id*

Mulianingsih, Fauzi, Alfisyahr.2019. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Di Online Shop (survei pada konsumen zalora Indonesia di Kota Surabaya), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 66, No. 1, P.56-66.

Nugroho, Idris. 2018. Pengaruh Dimensi Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Situs Marketplace Tokopedia, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 7, No. 4, 1-11.

Periantalo.(2016). *Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Cetakan 1. Pustaka Belajar. Yogyakarta.

Peter, J. Paul & Jerry C Olson, (2000), *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 1*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.

Putri, Prihastuty.2012. Perceived Quality Konsumen Terhadap Local Cosmetic Brand Global Cosmetic Brand (Studi pada Martha tilaar dan The Bodyshop), *Journal of Social and Industrial Psychology*, Vol 3, No. 6, P. 6-12.

Rosid, Widyastuti.2012. Pengaruh Elemen – Elemen Brand Equity terhadap keputusan Pembelian Konsumen Produk Eiger, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 2, P. 185-201.

Santosa, Kunto, S.Si., M.Sc. 2014. Pengaruh Perceived Quality Terhadap Attitude Toward Brand Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1, 1-7.

Saputro, Paramita, Warso.2016. Pengaruh Brand Awarness, *Perceived Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 Di Dealer Honda Semarang*, *Journal of Management*, Vol 2, No. 2.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Prenada Media. Bandung.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi, Yogyakarta.

Utami, C.W. 2014. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat

Wahyuni, Rachmawati. (2018). Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulse Buying pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol. 11, No. 2, 59-65.

Wibowo, Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Cetakan Kesatu. ALFABETA. Bandung.

(<http://www.eigeradventure.com>,2010).

