

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Arnold, M. J. & Reynolds, K. E. (2006). Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing*.
- Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Fajar, Nazwar Nur. (2013). *Pengaruh Hedonisme, Utilitarianisme, Citra Merek Terhadap Kepuasan Merek Pada Pengguna Harley Davidson di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Febriyanti, Rizky Suci. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada 3Second Clothing Store*. Skripsi Manajemen Pemasaran. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya.
- Fuadiyah, Nurul, Suharyono, Kadarisman Hidayat. (2016). Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Yang Membeli Dan Menggunakan Ponsel Iphone). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 36 No. 1.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W. dan Ebert, Ronald J. (2011). *Bisnis*. Ed. 8 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Hair, dkk. (2006). *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6*. New Jersey.
- Hanzae, K. H., dan Rezaeyeh, S. P. (2013). Investigation of The Effects of Hedonic Value and Utilitarian Value on Customer Satisfaction and Behavioural

Intentions. *African Journal of Business Management*, 7 (11), 818-825, 21 March 2013.

Hartimbul, Ginting Nembah F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.

Herlambang, Jelita Aeni. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian di Zoya Bandung Indah Plaza (Survey Pada Pengunjung Outlet Zoya di Bandung Indah Plaza)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung.

Herliza, Radita dan Marheni Eka. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall PVJ Bandung*. Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Bisnis, Telkom University.

Ian, Antonius & Sugiono, Sugiharto. (2013). Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11.

Indrawati, Devi. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Hijab "Zoya". *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*. Universitas Negeri Surabaya. Vol. 15 No.2 Juli - Desember.

Jogiyanto, H. M. (2009). *Analisis dan Desain*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Marianty, Resty. (2014). Pengaruh Keterlibatan Fashion, Emosi Postitif dan Kecendrungan Konsumsi Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif". *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.

Mega, Annisa. (2017). *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia*. Tersip dalam: www.kompasiana.com/amp/annisamega/perkembangan-tren-fashion-diindonesia. Diakses pada tanggal 6 Maret 2017.

Narimawati, Umi. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Penerbit Genesis.

Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nugraha, Rahmadya Putra. (2014). *Fashion sebagai pencitraan Diri dan Identitas Budaya*. Universitas Jendral Soedirman. Jawa Tengah.
- Rahman, Abdul. (2010). *Panduan Pelaksanaan administrasi Perpajakan untuk Karyawan, Pelaku Bisnis, dan Perusahaan*. Bandung: Nuansa
- Rizan, M., Handayani, K., & Rp, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 6 No.1 , 457 - 478.
- Saladin, Djaslim. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV Linda Karya.
- Sangadji, E. M., dan Sopiha. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, M. C., Marshall. G. W., and Stuart, Elnora. (2002). *Marketing Real People Real Choices*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.

Sumber-sumber lainnya:

www.kemendag.go.id/en
[www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey
result/top_brand_index_2015_fase_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey_result/top_brand_index_2015_fase_2)
www.trendshijab.com/