

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. 2011. Analisis Pengaruh Atmosfir Gerai Terhadap Penciptaan Emosi (Arousal dan Pleasure), Perilaku Belanja (Motivasi Belanja Hedonik dan Motivasi Belanja Utilitarian), dan Terhadap Pendekatan Perilaku. *Fokus Ekonomi*. Vol.10, pp. 125-139.
- Andres. (2012). *Analisis Pengaruh Nilai Hedonis dan Nilai Utilitarian Terhadap Kepuasan Pengunjung Restoran Ippeke Komachi Mall Kelapa Gading*. Skripsi Pasca Sarjana yang tidak dipublikasikan. Universitas Atmajaya Jakarta.
- Andres. & Budi, A. S . L. (2012). *Kontribusi Faktor Hedonis Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Mengembangkan Usaha Yang Berkelanjutan*, pp. 45-50
- Babin, B.J., darden, W. R. &Griffin, M. (1994). “Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, pp. 91-100.
- BPS. 2012. Produk Domestik Bruto. Dari www.bps.go.id
- Donovan, R.J. & Rositter, J.R. (1982). “Store Atmosphere : An Environmental Psychology Approach”, *Journal of Retailing*, Vol.58, pp. 34-57
- Hartono, A. J. (2011). *Analisis Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value Terhadap Approach Behavior Pengunjung Pacific Place Mall Jakarta*. Skripsi Pasca Sarjana. Universitas Atmajaya Jakarta.
- Jihad, M. F. (2011). Menuju Indonesia GDP USD 5000, Are You Ready?. *Marketeers*. Retrieved December 17, 2011, dari www.the-marketeers.com
- Kotler, P, & Amstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. (Diterjemahkan oleh: Bob Sabran). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P, & Keller, K. (2003). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall
- Ma’ruf, H. (2005) *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Michon, R., Yu, H. and Chebat, J-C. (2007). "The Influence of Mall Environment on Female Fashion Shoppers' Value And Behavior", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol.12, pp. 456-466.
- Mowen, J.C. (1995). *Consumer Behaviour*. (4th ed). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Mulyono, T. B. (2005). *Analisis Referensi dan Perilaku Remaja Pengunjung Mall atau Plaza di Kota Jakarta*. Tesis master for MBIPB yang tidak dipublikasikan, Universitas Institut Pertanian Bogor.
- Nurdina, S. (2010). Kosumerisme, Materialisme, dan Hedonisme. Retrieved July 01, 2010, dari www.sarahnlicious.blogspot.com
- Purnamasari, Y. E. S. 2011. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berlibur Di Kota Semarang*. Program Sarjana (S1). Universitas Diponegoro Semarang.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (ed. 3)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rusdi, J. F. 2011. Tour In Bandung. Retrieved April 16, 2011, dari <http://bandung.jacktour.com/2011/04/bandung-super-mall.html>
- Saputra, H. 2008. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian The Celup Sariwangi Oleh Konsumen Rumah Tangga Di Kota Medan*. Pasca sarjana. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behaviour*. (8th ed). Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Siswandi, K. (2006), Februari 17. Budaya Hedonistik Kian Merebak. Suara Karya Online. Retrieved April 28, 2009, dari <http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=135841>
- Solomon, Michael R. (2004). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being (6th ed)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi 11. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

Sunjoyo., Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N. and Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.

Wikipedia. 2012. Trans Studio Mall Bandung. Retrieved Juni 30, 2012, dari http://id.wikipedia.org/wiki/Trans_Studio_Mall_Bandung

Zahroh, L. (2012). Budaya Konsumerisme Membentuk Jati Diri Yang Hedonisme. Retrieved October 09, 2012, dari www.lailatuz-z-fib11.web.unair.ac.id

2010. Jalan-jalan di Bandung. Retrieved Augustus 22, 2010, dari <http://visitkotabandung.wordpress.com/2010/07/22/bandung-supermall/>