

## DAFTAR PUSTAKA

- Bernarto, I. (2017). Pengaruh perceived value, customer satisfaction dan trust terhadap customer loyalty Restoran XYZ di Tangerang. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 1(1).
- Bernarto, I. (2017). Pengaruh perceived value, customer satisfaction dan trust terhadap customer loyalty Restoran XYZ di Tangerang. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 1(1).
- Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1585-1597.
- Chandra, A. R. (2020). Pengalaman Konsumen, Nilai dan Keinginan untuk Berbelanja Ulang di Kantin Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 65-75.
- Dahmiri, D., Indrawijaya, S., Kartika WB, S., Isnaeni, N., & Putra, W. E. (2019). Effect Of Utilitarian Value And Hedonic Value On The Jambi Batik Purchase Decision. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(3), 1-8.
- DEWI, F. R. (2016). *Analisis Pengaruh Nilai Hedonic Dan Nilai Utilitarian Terhadap Kepuasan Dan Niat Perilaku Pada Industri Restoran* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- HARTONO, C. E. J. C. Peran Hedonic Dalam Memoderasi Hubungan Antara Kepuasan.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/inilah-provinsi-yang-paling-banyak-jumlah-restorannya>
- <https://food.indozone.id/resep/941259897/nongkrong-cakep-di-walk-coffee-kebumen-kafe-dengan-konsep-warna-warni-dan-unfinished>
- <https://jateng.bps.go.id/indicator/16/119/1/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html>
- <https://www.dataindustri.com/wp-content/uploads/2023/04/Tren-Data-Pertumbuhan-Industri-Penyedia-Makanan-Minuman-Restoran-dan-Sejenisnya-2011-%E2%80%932023.png>
- <http://e-journal.uajy.ac.id/28056/2/18%2003%2024087%201.pdf>
- Khasanah, A. T. U., Oktafiani, H., Putri, S. A., Anggraini, W., & Suhud, U. (2020). Pengaruh Customer Experience, Place Attachment, Customer Satisfaction, dan Word-of-Mouth terhadap Revisit Intention Konsumen Restoran Ayam

- Cepat Saji asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 1(2), 263-280.
- Khuana, K. (2016). Pengaruh Hedonic Value Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada: 1903–Heritage Dining). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 9.
- Logiawan, Y. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Maulana, M. M., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Hedonistic Value, Utilitarian Value, dan Aesthetic Labor terhadap Behavioral Intention pada Konsumen KFC Indonesia. *Diponegoro Journal of Management*, 11(5).
- Mayliza, R. (2019). Analisis customer satisfaction dan behavioral intention dilihat dari service quality, food quality dan price/value di restoran Mcdonald'S Depok.
- Morshed, M. M., Hashim, R. A., & Mahmood, R. (2022). Tourist Satisfaction, Destination Image, Loyalty and Revisit Intention to Malaysia's National Parks. *The Asian Journal of Professional & Business Studies*, 3(2).
- Mulyono, A. V., Septiano, B., & Aprilia, A. (2021). Pengaruh Dining Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Revisit Intention Di Restoran Korea Di Surabaya Pada Era New Normal. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 20-31.
- Mulyono, A. V., Septiano, B., & Aprilia, A. (2021). Pengaruh Dining Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Revisit Intention Di Restoran Korea Di Surabaya Pada Era New Normal. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 20-31.
- Oktaviani, Q. G. (2016). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value terhadap Customer Satisfaction dan Behavioural Intentions pada Restoran Carl's JR Darmo Surabaya.
- Oktaviani, Q. G. (2018). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value Terhadap Customer Satisfaction dan Behavioural Intentions. *CALYPTRA*, 6(2), 775-792.
- Oktaviani, Q. G. (2018). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value Terhadap Customer Satisfaction dan Behavioural Intentions. *CALYPTRA*, 6(2), 775-792.

- Pertiwi, R. I., Rizan, M., & Sari, D. A. P. (2024). Pengaruh Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Dimediasi Customer Satisfaction: Studi Pada Pelanggan Restoran All You Can Eat Di Jakarta. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(1), 1-11.
- Pramita, M. W., & Danibrata, A. (2021). Hedonic value dan utilitarian value terhadap customer satisfaction serta dampaknya terhadap behavior intentions. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 1(1), 1-8.
- Salsabila, I., & Rini, R. O. P. (2023). Pengaruh Dining Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Revisit Intention Di Restoran Indonesia Di Korea Selatan (Studi Kasus Di Bali Resto, Daejeon). *Media Bina Ilmiah*, 17(7), 1623-1634.
- Sari, N., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 368-374.
- Sari, S. D. (2016). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value terhadap Kepuasan Pelanggan dan Behavioral Intentions pada Restoran Boncafe di Surabaya. *CALYPTRA*, 4(2), 1-19.
- Sarjana, N. P. N., Farida, N., & Hermani, A. (2022). Pengaruh Servicescape dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction (pada Restoran Hello Taichan Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 567-575.
- Sinambela, E. A., Jahroni, J., & Arifin, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat Kunjung Kembali Ace Hardware. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 463-474.
- Sinambela, E. A., Jahroni, J., & Arifin, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat Kunjung Kembali Ace Hardware. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 463-474.
- Soulisa, I. S., & Hidayat, D. S. (2022). Persepsi Nilai, Kepercayaan, Kepuasan Dan Minat Pasien Berkunjung Ulang Dalam Situasi Pandemi (Studi Pada Puskesmas Pangkah). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 165-179.
- Subakti, A. G., Adriyanto, H., & Chaterin, C. (2022). PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN HEDONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN CHAN WEI JAKARTA. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 90-98.

- Tjoanoto, M. T. (2013). Pengaruh service quality terhadap customer satisfaction di restoran Jade Imperial. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Trisnawati, I., Handayani, S. D., & Nuryakin, N. (2022). The effect of dental clinic service quality on patient satisfaction, word of mouth and revisit intention in Yogyakarta. *Jurnal Aisyah: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 7(4), 1351-1356.
- Udin, B., Salim, M. A., & ABS, M. K. (2020). Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Ulang Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(03).
- Wangka, M. W. (2015). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value Terhadap Customer Satisfaction dan Behavioral Intention Pad pelanggan Restoran Myoung Ga di Surabaya.
- Widyantoro, P. (2016). Analisis Pengaruh Hedonic Value Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop di Bandar Lampung.
- Wijaya, S. (2018). Pengaruh Responsiviness, Product Quality, Physical Design, Price Dan Hedonic Value Terhadap Customer Satisfaction Pada Restoran CARL'S JR. Surabaya. *Calypatra*, 6(2), 1089-1104.
- Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak utilitarian value dan experiential marketing terhadap customer satisfaction dan revisit intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 121-130.
- Yoo, S. R., Lee, S. W., & Jeon, H. M. (2020). The role of customer experience, food healthiness, and value for revisit intention in Grocerant. *Sustainability*, 12(6), 2359.
- Yuldinawati, L., & Ayuningsari, A. (2016, March). Hedonic Shopping Motive As A Routinization Habit On The Consumer Purchase Decisions At Starbucks Coffee. In *3rd International Seminar and Conference on Learning Organization* (pp. 1-5). Atlantis Press.
- Zainurrafiqi, Z., Amar, S. S., Rohmaniyah, R., Aristin, R., Muchtar, R. M., Rusnani, R., ... & Hidayati, N. (2021). The Effect of Utilitarian Value and Hedonic Value on Customer Loyalty with Customer Satisfaction As an Intervening Variable: Empirical Evidence from Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(5), 291-305.