

## DAFTAR PUSTAKA

- Ailawadi, K. (2016). Pursuing The Value Conscious Consumer: Store Brand Versus National Brand Promotion. *Journal Of Marketing* Vol. 36. *Journal of Marketing*. Vol.65., 71-89.
- Alika, R. (2018, 7 18). Cukai Rokok Elektrik Akan Dongkrak Penerimaan Hingga Rp 70 Miliar. <https://katadata.co.id/berita/2018/07/18/cukai-rokok-elektrik-akan-dongkrak-penerimaan-hingga-rp-70-miliar>.
- Apsari, D. (2016). Pengguna Rokok Elektronik Di Komunitas Personal Vaporizer Surabaya. *Journal FKM UNAIR* doi: 10.20473/jbe.v4i2., 250-261.
- Asmara, C. G. (2018, January 09). [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com). Dipetik October 17, 2018, dari Ditjen: Cukai 57% untuk Vape Tak Kurangi Keuntungan Penjual: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180109132152-4-985/ditjen-cukai-57-untuk-vape-tak-kurangi-keuntungan-penjual>
- Cahyono, K. E. (2016). Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan—Volume 20, Nomor2, Juni 2016* , 188-208.
- Chiu, M., Wang, E. T., & Huang, Y. H. (2014). Undertanding Customers' Repeat Purchase Intentions In B2C ECommerce: The Roles Of Utilitarian Value, Hedonic Value and Perceived. *Information Systems Journal*.
- Cholifaturrosida, A. P., Mawardi, K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Motivation Tterhadap ehavioral Intention Pada Pemilihan Tas Mewah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 55, 1-9.
- Dwi, S., Tjetjep, D., & Ruhadi. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Dwinda, G. A. (2013). Pengaruh Predictors Of Online Search Intention Terhadap Purchase Intention. *Journal of Marketing* Vol 2 Nomor 2, 1-8.

- Fau, T. N., & Rizal. (2017, October 28). *Potensi Pasar Rokok Elektrik Masih Ciamik*. Dipetik September 4, 2018, dari Validnews: <https://www.validnews.id/Potensi-Pasar-Rokok-Elektrik-Masih-Ciamik-hAC>
- Fuadiyah, N., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Ponsel Iphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 36*.
- Ghozali. (2013). *Analisis Jalur*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Holbrook, H. (2013). Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. .
- Keller, & Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Khonsari, H. (2013). Pengaruh Utilitarian Value dan Hedonic Value Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Business Management Vol 5 (3)*.
- Kim, J. (2014). Effect of Reputation and Websites Quality on Online Consumers Emotions, Perceived and Purchase Intentions. *Journal of Marketing Vol. 21*, 73-78.
- Kotler, P. &. (2014). Principle of Marketing. Dalam P. &. Kotler. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Krido, K., & Khunzaini. (2012). Shopping Life Style Memediasi Hubungan Hedonic Dan Utilitarian Value Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3-21.
- Kurniawan. (2018). Pengaruh Informasi Media Sosial Instagram @MINISTRYOFVAPEINDONESIA Terhadap Keputusan Pembelian Di Komunitas Telkom Vapers.

- Lorensia, A., & al, e. (2017). Ppersepsi, Efektifitas dan Keamanan Penggunaan Rokok Elektrik (E-cigarette) Oleh Perokok Aktif Sebagai Terapi Dalam Smoking Cessation : Mix Methods dengan Pendekatan Studi Kuantitatif dan Kualitatif. *Journal Trop. Pharm. Chem.* 2017. Vol 4. No. 2., 2-14.
- Lorensia, A., Yudiarto, A., & Herwansyah<sup>3</sup>, F. R. (2017). Persepsi, Efektifitas Dan Keamanan Penggunaan Rokok Elektrik (E-Cigarette) Oleh Perokok Aktif Sebagai Terapi Dalam Smoking Cessation: Mixed Methods Dengan Pendekatan Studi Kuantitatif Dan Kualitatif . *J. Trop. Pharm. Chem.* 2017. Vol 4. No. 2.
- Luk, e. a. (2018). Pengaruh Nilai Hedonis dan Nilai Utilitarian Terhadap Behavioral Intention dengan Word Of Mouth (WOM) Sebagai Variabel Mediasi. *International Journal of Business Strategy*, 11(1), 35-46. .
- M.A. Moon, M. K. (2017). Consumer's perceptions of website's utilitarian and hedonic attributes and online purchase intentions: A cognitive–affective attitude approach.
- Ma'munillah, A. S., & Widarko, A. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Utilitarian Shopping Value Terhadap Intent To Online Repurchase Pada Online Shop Lazada. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 66-77.
- Patia, B. (2015). Utilitarian Value Impact of E-Tail over Retail on Youth in India .
- Prasasti, G. D. (2018, Juni 21). *Jumlah Perokok di Amerika Serikat Turun Drastis*. Dipetik October 15, 2018, dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/health/read/3564992/jumlah-perokok-di-amerika-serikat-turun-drastis>
- Priansa, D. J. (2017). Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2014). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Riduwan. (2018). *Cara Mudah Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.

- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. 7-9.
- Sa'iq, A., & Agus, W. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Utilitarian Shopping Value Terhadap Intent To Online Repurchase Pada Online Shop Lazada. *Journal Riset Management* .
- Sari, S. D. (2015). Pengaruh Hedonic Value dan Utilitarian Value terhadap Kepuasan Pelanggan dan Behavioral Intentions pada Restoran Boncafe di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 4*, 1-19.
- Sarwono, J. (2016). *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode Suksesif*. Jakarta: Erlangga.
- Setiaji, H. (2018, January 9). *Grafik Perkembangan Penjualan Rokok Elektrik di Duni*. Dipetik October 15, 2018, dari CNBC Indonesi: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180109133838-4-997/grafik-perkembangan-penjualan-rokok-elektrik-di-dunia>
- Solomon, M. R. (2016). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Prentice Hall.
- Somba, W. E., Sunaryo, & Mugiono. (2018). *Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Utilitarian Terhadap Behavioral Intention dengan WOM*.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta Pusat : Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tanojohardjo, & Yohanes, K. (2014). Analisa Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Brand Trust Dengan Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pewarnaan L'ORÉAL Professionnel. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1*, 1-11.
- Umit Basaran, O. B. (2015). The Effects of Utilitarian and Hedonic Values on Young Consumers' Satisfaction and Behavioral Intentions. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 1-18.
- Wahyu, L., & Fani, D. (2017). Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonis Terhadap Perilaku Pasca Pembelian (Survei pada Pelanggan Toyota Avanza di AUTO2000 Sutoyo, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 53 No. 1 Desember 2017*, 1-6.
- Yu-Chen Chen, R.-A. S.-Y.-K. (2015). The Effects of Risk and Hedonic Value on the Intention to Purchase on Group Buying Website: The Role of Trust, Price and Conformity Intention. *Universal Journal of Management*, 246-256.