

**PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN NILAI HEDONIK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT BERPERILAKU
(Studi Pada Konsumen Restoran Holycow Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF UTILITARIAN VALUE AND HEDONIC VALUE ON
CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTIONS
(Study on Customer Holycow Restaurant Yogyakarta)***



Oleh

Mukhtar Bayu Prabowo

20130410132

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017