

## LIST OF REFERENCE

- Abdurrahman. (2015). *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia Bandung.
- Adiba. (2016). *Pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada toko aurora shop samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis, from <https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site?p=1390>
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). *Pengaruh store atmosphere pada kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan*. Ecodemica, from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2277/pdf>
- Anggara, S. M.Si, (2015). *Metode penelitian administrasi*. Bandung : Penerbit Pustaka Setia Bandung. Perumusan Hipotesis, (3), 64-66
- Arif, M. (2018). *Pengaruh store atmosfer, lokasi dan lifestyle terhadap keputusan pembelian di soban café medan*, from <http://repository.uinsu.ac.id/4129/1/SKRIPSI%20UNTUK%20DI%20BURNING.pdf>
- Djarmiko, T. & Pradana, R. (2015). *Brand image and product price: Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 221-227, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816300696>

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Hussain, Riaz & Ali, Mazhar. (2015). *Effect of store atmosphere on consumer purchase intention*. International Journal of Marketing Studies; Vol. 7, No. 2; 2015, from

[https://mp.ra.ub.unimuenchen.de/72707/1/MPRA\\_paper\\_72707.pdf](https://mp.ra.ub.unimuenchen.de/72707/1/MPRA_paper_72707.pdf)

Hermawan. H, Brahmanto. E & Hamzah. F. (2018). *Pengantar manajemen hospitality digital version*. PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM). Jawa Tengah.

Ilhamsyah. R, Endang. W.G.M & Dewantara. Y. (2016). *Pengaruh pemahaman dan pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Studi Samsat Kota Malang)*. Jurnal Vol. 8 No.1, from

<https://perpajakan.studentjournal.ub.ac.id.pdf>

Katarika, M.D. & Syahputra, (2017). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada coffee shop di bandung*. Jurnal Ecodemica Vol. 1 No.2; 2017, from

<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=513920&val=10493&t>

[itle=Pengaruh%20Store%20Atmosphere%20Terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Pada%20Coffee%20Shop%20Di%20Bandung](#)

Kotler & Amstrong, (2015). *Prinsip- prinsip pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler & Keller, (2017), *Manajemen pemasaran*. Edisi 16. Jakarta: Erlangga.

Melinda Chrysanika Legawaputri, Sriti Mayang Sari, & Celine Junica Pradjonggo, (2018). *Jurnal implementasi pengalaman panca indra pada interior restoran shao kao surabaya*, from

<http://publication.petra.ac.id/index.php/desain-interior/article/view/7559/6863>

Mramba, N.R. (2015). *Does the brand name matter to purchase decision? The case of mobile phone*. *European Journal of Business and Management*, from

<https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/20400/20820>

Nesia. J. (2017). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian*. (Studi kasus pada Morning Glory Café Kesatriaan Bandung), from

[file:///C:/Users/user-8.1/Downloads/17.06.230\\_jurnal\\_eproc.pdf](file:///C:/Users/user-8.1/Downloads/17.06.230_jurnal_eproc.pdf)

Ratnasari, V.A. (2015). *Pengaruh store atmosphere terhadap hedonic shopping value dan impulse buying* (Survei pada konsumen Hypermart Malang Town Square), from

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/739/931>

Renny W, H. S. (2017). *Rancang bangun aplikasi wedding organizer di kota pontianak berbasis web*. Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JUSTIN), Vol. 5, No. 3, from <https://docplayer.info/54678790-Rancang-bangun-aplikasi-wedding-organizer-di-kota-pontianak-berbasis-web.html>

Sangadji dan Sopiah. 2016. *Salesmanship (kepenjualan)*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.

Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis pendekatan pengembangan-keahlian*. Jakarta. Salemba Empat.

Sitompul & Marlina. H. (2018). Pengaruh store atmosphere (bagian toko) terhadap keputusan pembelian coffee q di perumahan zeqita, from <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/4836>

Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori & implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2015). *Statistik nonparametris untuk penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta, Bandung

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sunawarman, A., Rohendi, A., & Sofyan, I. (2018). *Membangkit spontanitas belanja pada supermarket melalui promosi , pramuniaga dan atmosfer toko*. *Ecodemica*, 2(1), 1– 11, from <http://stieamm.ac.id/jurnal/index.php/valid/article/view/97/72>
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. Yogyakarta : CAPS
- Usti, M.Y. & Fitriani, K.L. (2018). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada toserba terbit kuningan*. *Journal Management Vol.1 No.1*, from <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm/article/view/842>
- Utami, C.W. (2016). *Manajemen ritel: strategi dan implementasi ritel modern*, Jakarta: Salemba Empat
- Widayat, L. H., & Suhermin. (2015). *Pengaruh store atmosphere dan word of mouth terhadap minat beli konsumen*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, from <http://stieamm.ac.id/jurnal/index.php/valid/article/view/97/72>
- Silalahi, U. (2015). *Metode penelitian sosial kuantitatif* (Bandung: Refika Aditama,2015),
- Wibowo. (2015). *Perilaku dalam organisasi*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wu, C.S. (2015). *A study on consumers' attitude towards brand Image, athletes' endorsement, and purchase intention*. *The International Journal of Organizational Innovation*, from <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/213028/1/full-3.pdf>

Yustiawan, O. (2016). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian honda vario*. Jurnal ilmu dan riset manajemen: volume 5: ISSN: 2461-0593. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya, from <https://www.jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id>

