

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Adi, Bangun Wibowo. (2015). *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Assauri, S., (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Chun, S. H., & Nyam-Ochir, A. (2020). *The effects of fast food restaurant attributes on customer satisfaction, revisit intention, and recommendatio*
- CV. Media Sains Indonesia purwaningsih, 2011
- Dick & Basu (2017)
- Durianto, Dan Liana. C. (2018). *Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen . Ekonomi Perusahaan*, 31-32.
- Evans, J. R. (2019). *Retail Management: a strategic approach (12th ed)*. Upper Saddle River: Pretice Hall International, Inc.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Georgescu, I., Budugan, D. and Crețu, L.. (2019). *Non-Financial Performance Control-The Key. To A Successful Business*
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2014). *Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7)*: Upper Saddle River, NJ: Pearson
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications, Incorporated.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed a silver bullet*. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Harfania, F. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. .
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.

- Hidayati, TA., Suharyono, dan D. Fanani. 2013. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 2, no. 1, halaman 1-10.
- Ichsanudin dan Heri Purnomo. 2021. Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. Bandung: Media Sains Indonesia
- Kartika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162–171.
- Kotler, P dan Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2018). Marketing Management. Edisi Kelima belas. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Meldarianda, Resti dan Henky Lisan. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Bandung. JBE Vol 17 No.2. Hal 97-107.
- Meldarianda, Resti dan Henky Lisan. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung
- Musfar, T. F. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Bandung:
- Nonto, A.W. (2018). You are what you invest. *Majalah Pengusaha*. Mei 2006. Edisi 60
- Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. (2018). Food science (5th edition). New York: Chapman and Hall.
- Pramono. (2017). Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.
- Putri (2020). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Manajemen Maranatha*, Volume 16, No. 2. <https://journal.maranatha.ed>

- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi.
- Oliver (2019)
- Schmitt, Bernd H & Rogers, David L. (2018). Handbook on Brand and Experience Management. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.
- Sudaryono, Dr. (2019). Metodologi Penelitian. Depok:PT.Raja Grafindo.
- Sugiyanto dan Sugiono. (2019). Model-Model Pembelajaran Inovatif. Surakarta: Panitia Sertifikasi Guru (PSG) Rayon 13.019.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2020). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru
- Sulek, J. & Hensley, R.L. (2004). The Relative Importance of Food, Atmosphere and Fairness of wait: The Case of a Fullservice Restaurant. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 45(3), 235-247.
- Vinda (2012). Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek (Brand Image), dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Beli Ulang Produk (Studi Kasus pada Restoran Solaria Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Yuniarsih, Eni. (2022). Pengaruh Atmosphere, Experience Marketing Dan Food Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Niat Pembelian Ulang Sebagai Variabel Intervening (Studi pada konsumen Wedang food and drink kebumen). Jurnal.