

REFERENCES

- Gati Dinda Lestari (2018). “ Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang
- Putri Budi (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Metro Abadi Sempurna Semesta Pekan Baru
- Rohmah (2018). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *Jom Fisip* . Vol 5: Edisi II .
- Ida Nurgiyanti (2018). Analisis Pengaruh Harga, Suasana Toko, dan Emosi Terhadap Keputusan Pembelian
- Rosihan Anwar (2018). Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Empire GYM* .
- Ruth Yanti Djakria (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Asia *Fashion*
- Kartarika, Dita Marinda dan Syahputra, “Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop di Bandung”, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1, No. 2, (September, 2017)
- Sonny Hermawan (2017). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *Café* Imah B Abaturan.
- Suharyono (2017). Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada mahasiswa Binus University Yang Menggunakan Jasa Go-Jek di Jakarta)
- Lutfi dan irwanto. 2017. *Pengaruh store atmosphere, lokasi, dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada pasar umum pasirian lumajang*. Jurnal ilmu manajemen advantage, vol.01, no.1
- Lisdayanti, annisa. 2017. The influence of location, store atmosphere, price, and CRM on consumer purchase decision at the milk bar Bandung. *Jurnal of accounting, management, and economic*, vol.19, no.2, 2017