

Daftar Pustaka

- Arikunto,. & Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Baker *et.all.* (2004). *Basic Marketing a Global Managerial Approach*, 18th Edition, New York: Mc Graw Hill.
- Brata, Dion Dewa. (2010). *Fashion Sebagai Strategi Simbolik Non-Verbal*.
- Brata, Dion Dewa.(2005). *Pengaruh Pneggunaan Strategi Brand Extention Pada Intensi Pembelian Konsumen*. Jurnal Manajemen, Vol.2 No. 1.
- Berman, Barry and Joel R. Evan. (2010). *Retail Management* (11th.ed), New Jersey: Prentice Hall
- Damodar Gujarati. (2003). *Ekonometrika Dasar*, Jakarta: Erlangga.
- Djarwanto, PS., & Pangestu Subagyo,. (2002). *Statistik Induktif*, Yogyakarta.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell., & Paul W. Miniard. (2000). *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Jakarta:Bina Rupa Aksara.
- Ferdinand., & Augusty. (2006). *Manajemen Pemasaran, Sebuah Pendekatan Strategi*, Research Paper Series, BP. UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hadi., & Sutrisno. (2003). *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Handoko, T. Hani, 2009. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Jakarta : BPF.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta : Salemba.
- Kotler, Philip,. & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Vol.1, Edisi 10, Jakarta:Fakultas Ekonomi, UI.
- Kotler, 2007.*Manajemen Pemasaran*, Vol.1, Edisi 12, Jakarta:Fakultas Ekonomi, UI.
- Levi, M., dan Weitz BA., 2001.*Retailing Management*, 7 th, Richard D. Irwin Inc.
- Lundholm, Russel and Sloan, Richard, 2007.*Equity Valuation & Analysis (Second Edition)*. Singapore: McGraw-Hill.
- Mowen, JC. dan M. Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*, Jakarta : PT. Gramedia Utama.
- Rosen, Emanuel. (2000). *The Anatomy of Buzz: HowCreating Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan Inc.
- Santosa, Singgih (2001). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.

Silverman, George. (2001). *The Secrets of Word of Mouth Marketing. How Trigger Exponential Sales Through Runaway Word of Mouth*. USA: American Library Assosiation.

Sugiyono, 2002. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV Alvabeta.

Sumardy dkk, 2011, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta:Andi Offset.

Sawasta, Basu dan Handoko, T.Hani, 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:BPFE.

Tjiptono, Fandy, 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta:Andi Offset.

Agung Fajar Ramadhan,Suhadi (2016). Pengaruh store atmosphere, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus Minimarket Koperasi Karyawan Pura Group Kudus). Diakses dari:

<file:///C:/Users/USER/Downloads/2699-9158-1-SM.pdf>

Anggarin Eka Saputra (2014). Analisis Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.Universitas Diponegoro. Diakses dari:

http://eprints.undip.ac.id/44633/1/06_SAPUTRA.pdf

Erida, 2009. *Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Insentif Terhadap Perilaku WOM*. Vol.1 No.1.Diakses dari:

<https://online-journal.unja.ac.id/index.php/pemasaran/article/view/495>

Firza Risqulloh, Tety Elida (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Bukalapak.Com. Universitas Gunadarma.Diakses dari:

<file:///C:/Users/USER/Downloads/1353-3288-1-SM.pdf>

Ima prastiyani, dkk (2016). Pengaruh *Word Of Mouth, Brand Image, Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Di Spbu 44.513.20 Campurejo Boja. Universitas Pandanaran.Diakses dari:

<file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/514-1010-1-SM.pdf>

Laksono Hadi Hidayat, Suhermin (2015). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.Diakses dari:

<file:///C:/Users/USER/Downloads/document.pdf>

Meldarianda, Resti dan Hengky Lisan S.,2009."Pengaruh *Store Atmosphere Terhadap Minat Beli konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung*," Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Hal. 87-108. Diakses dari:

<https://isliedocs.com/document/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-minat-pdf>

Oky Gunawan Kwan (2016). Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya.Pemerhati Fashion Marketing di Surabaya.Diakses dari:

<file:///C:/Users/USER/Downloads/19771-24797-1-SM.pdf>

- Ni luh Julianti, dkk (2014). Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Diakses dari: <https://media.neliti.com/media/publications/5307-ID-pengaruh-suasana-toko-store-atmosphere-terhadap-minat-beli-konsumen-pada-toserba.pdf>
- Yesi Mariana Usti (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan (Survey Pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). Universitas Kuningan. Diakses dari: <file:///C:/Users/USER/Downloads/842-2353-1-PB.pdf>
- Kadek Yoga Aditya, dkk (2017). Peran *Brand Equity* Dalam Memediasi Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Niat Beli. Universitas Udayana. Diakses dari: <https://media.neliti.com/media/publications/251986-peran-brand-equity-dalam-memediasi-penga-24bd050f.pdf>
- Wijayanti, ari. (2008). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan: Management Analysis*. "Journal of Diponegoro University". <http://jurnal-skripsi3.blogspot.com/2011/11/strategi-meningkatkan-loyalitas-melalui.html>

