

## DAFTAR PUSTAKA

- Adyarinanda, 2017, Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen roemah kopi bandung). Jurnal,  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/> diakses 02 juni 2020
- Barry, berman dan Joel Evans, 2004, *Retail Management: A Strategig Approach*, Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- \_\_\_\_\_,2007. Retail Management : a Strategic Approach. Edisi 10. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Fitriani, Lili Karmela dan Usti, Yessi Mariana. 2018. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toserba Kuningan (Survey pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.  
<https://www.journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm/article/viewFile/842/859>
- Gariwasita, Andhika. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Five Points Coffee And Chocolate Semarang). Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.  
[http://eprints.dinus.ac.id/17289/1/jurnal\\_16443.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/17289/1/jurnal_16443.pdf)
- Gilbert, David. 2003, *Retailing Marketing Management, 2 th Edition*.England, Endiriburgh Gate:Person Educated Limited.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip & Kevin Lane, Keller. 2006. *Marketing Management: An Asian Perspective*. Fourth Edition. Prentice Hall. Singapore

------. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Ed. 12. Jilid 1, Indeks, Jakarta.

Kusumowidagdo, Astrid. 2006. *Peran Penting Perancangan Interior pada Store Based Retail*. *Jurnal Interior Kristen Petra*. Vol. VI, No. 1 Hlm. 17-30.

Levy dan Weitz. 2001. *Retailing Management*, 4th edition, Mc.Graw Hill, Irwin, New York.

Octaviani, Achirul, 2012, "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Coffee Toffee Jatim Expo Surabaya." Fakultas Ekonomi Unesa Ketintang, Surabaya. Skripsi. Tidak dipublikasikan.

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/3107/5864>

Peter, J. Paul, dan Jerry Olson, 1999. *Consumer Behavior*, edisi 4 jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Raditya, 2016, *Pengaruh store atmosphere terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada chingu korean fan cafe Bandung*. e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2.

[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/116500/jurnal\\_eproc/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-proses-keputusan-pembelian-konsumen-pada-chingu-korean-fan-cafe-bandung.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/116500/jurnal_eproc/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-proses-keputusan-pembelian-konsumen-pada-chingu-korean-fan-cafe-bandung.pdf)

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Sulistiorini, 2017. *Pengaruh Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Tenggiri Samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis.

[http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/06/Jurnal%20Indah%20Sulistiorini%20\(06-14-17-04-22-57\).pdf](http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/06/Jurnal%20Indah%20Sulistiorini%20(06-14-17-04-22-57).pdf)

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia. Bogor.

Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Ritel*, Edisi 2, Salemba Empat. Jakarta.

