

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Asra, A. (2019). *“Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei”*. Edisi 2. Depok : PT. Rajagrafindo Persada
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Berman, Barry, Evan, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management A Strategic Approach, Edisi 13, Global Edition*. UK: Pearson.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, H. M. (2016). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indriastuty N., Hadiyatno D., & Juwari. (2017). *Store Atmosphere Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Retailer Giant Ekstra Balikpapan*. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*
- Katarika D. M. & Syahputra. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee Shop* Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2)
- Khasanah A. F. (2020). Pengaruh *Exterior, General Interior, Store Layout* dan *Interior Display* terhadap Keputusan Pembelian di Trio Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2).
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 15*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.

- Levy, M. & Weitz, B. A. (2014). *Retailing Management Information Center 9th Edition*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Manullang, M. & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indonesia Pustaka.
- Marcomm & Toffin. (2019). *Brewing In Indonesia: Insight For Successful Coffee Shop Business*. *Majalah Mix MarComm (Grup SWA Media)*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nofiawaty & Yuliandi, B. (2014). Pengaruh Store Atmosphere kepada Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal Of Management and Business*, 75-82.
- Riduwan & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, S. (2015). *Statistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Sari, D. R. D. K. (2019). Pengaruh Store Atmosphere (General Exterior, General Interior, Store Layout, dan Interior Display) terhadap Phurcase Decision Konsumen Keboen Kopi Karanganjar Kabupaten Blitar. *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen Cetakan 4 Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Sulistiorini I. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Tenggiri Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 5(2)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sunyoto, D. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.

Susanto, A. B. (2014). *Manajemen Strategik Komprehensif*. Jakarta: Erlangga.

Terry, George, R., & Leslie, W. R. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen*, penerjemah G.A. Ticoalu. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Bayumedia.

Usti Y. M. & Fitriani L. K.. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toserba Terbit Kuningan (Survey pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). *Indonesian Journal Of Strategic Management*, 1(1)

