

DAFTAR PUSTAKA

- Agnelia, r. A., & wardhana, a. (2016). Pengaruh word of mouth terhadap minat beli konsumen baraya travel pool buah batu:(studi pada mahasiswa administrasi bisnis universitas telkom angkatan 2013). *Jurnal ekonomi, bisnis & entrepreneurship*, 10(2).
- Arifuddin, a. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan membeli komputer di lingkungan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin. *Makasar: fakultas ekonomi bisnis universitas hasanudin. Makasar.*
- Cahyarama, r. W., & widiyanto, i. (2013). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan konsumen resto sambal van java* (doctoral dissertation, fakultas ekonomika dan bisnis).
- De yusa, v., muchlisin, m., & lilyana, b. (2021). Pengaruh store atmosphere dan word of mouth terhadap minat beli konsumen pada the gade coffee & gold di bandar lampung. *Kalianda halok gagas*, 4(1), 72-80.
- Dewa, n. K. (2009). *Analisis pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi dan harga terhadap minat beli (studi kasus starone di area jakarta pusat)* (doctoral dissertation, program pascasarjana universitas diponegoro).
- Girsang, p. J. (2013). Pengaruh store atmosphere dan product assortment terhadap minat beli pada the secret factory outlet Bandung. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 3(1).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press.
- Isnavia, a. (2017). Pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang dimediasi dengan kepuasan konsumen pada angkringan gayeng (studi kasus pada

angkringan gayeng ponorogo) (doctoral dissertation, universitas muhammadiyah ponorogo).

Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195-216.

Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).

Landryana, D. F., Wasito, S. E., & MSIE, P. I. (2019). Pengaruh store atmosphere dan promosi terhadap minat beli pada pt lima arjuna kaya raya (saint barkley shoes) kota bandung (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).

Lorosae, G. (2015). Pengaruh word of mouth terhadap minat beli attic jeans: *Survei pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia angkatan tahun 2011 hingga tahun 2014* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *Iqtishadequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).

Meldarianda, R., Lisan, H., & Kristen, U. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.

Mokhtar, S. (2020). Pengaruh word of mouth dan brand image terhadap minat beli kosmetik wardah di kota makassar. *Akmen jurnal ilmiah*, 17(1), 35-43.

Muhajirin, m., ismunandar, i., & kamaluddin, k. (2018). Pengaruh suasana toko dan harga terhadap minat beli konsumen

- Murti, w. W. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone. *Value added/ majalah ekonomi dan bisnis*, 8(2).
- Pada toko bolly departement store di kota bima. *Jurnal akr widayat*, I. H., & suhermin, s. (2015). Pengaruh store atmosphere dan word of mouth terhadap minat beli konsumen. *Jurnal ilmu dan riset manajemen (jirm)*, 4(11). *Ab juara*, 3(3), 134-152.
- Purnama, C. A., & WIDIYANTO, I. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri (Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Puspitasari, A. D., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1).
- Rizki, R. N., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Caffe Bene Bandung. *Eproceedings of Management*, 3(2).
- Rojali, i. (2017). *Pengaruh voucer terhadap perilaku konsumen menurut ekonomi syariah (studi pada alfamart ariasantika jl. Mh. Thamrin no. 9, cikokol tangerang)* (doctoral dissertation, universitas islam negeri" sultan maulana hasanuddin" banten).
- Saputra, v., mulyati, a., & andayani, s. (2015). Analisis pengaruh variasi produk, cita rasa, dan higienitas terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada ice cream zangrandi surabaya). *Jurnal dinamika administrasi bisnis*, 1(2).

Sugiarto, b. U. (2014). Analisa pengaruh produk, kualitas pelayanan, harga, dan store atmosphere terhadap minat beli di dream of khayangan art resto surabaya. *Jurnal strategi pemasaran*, 2(1), 1-14.

Tansala, d., tumbel, t. M., & walangitan, o. F. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di gamedia manado. *Jurnal administrasi bisnis (jab)*, 8(1), 21-27.

