

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Anggraeni, D., Anandya, D., & Silvia, M. (2014). Keterkaitan Atmospheric, Joy dan Customer Loyalty Pengunjung Trans Studio Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.16, No 2* , 163-174.

Antare. (2004, Januari 29). *5 Theme Park Favorit di Indonesia*. Dipetik Januari 30, 2015, dari Coretannya si Antare5: <http://antare5.blogspot.com/2014/01/5-Theme-park-di-indonesia.html?m=1>

Apriyanto, D. T. (2013). Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Alfamart Kamal. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 4* , 1120.

Arikunto, S. (1999). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Bandung, T. S. (2011). *Tentang Trans Studio Bandung*. Dipetik Oktober 2014, dari Trans Studio Bandung: <http://www.transstudiobandung.com>

Beker, J., Grewal, R., & Parasuraman, A. (1994). The Influence of Store of Environment on Quality Interface and Store Image. *Journal of The Academy of Marketing Science, Volume 22 No 4* .

Berman, B., & Joel, R. E. (2001). *Retail Management-A Strategic Approach*. Machmillan Publishing Company.

Budiyanto, A. (2013). Keputusan Pembelian Blackberry Remaja Ditinjau Dari Kelompok Acuan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Vol. 01, No.02* , 362.

Dhian, N. M., Sri, N. W., & Kerti Yasa, N. N. (Februari 2014). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang Pada Circle K Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol 8. No. 1* , 36.

Fadilah, N. R. (2012). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Crocs*. Padang: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

- Gunawan, P. (2009). *Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Supermarket Mandiri Simpang Bahagia Medan*. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Hair, J. F., & et, A. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Hasan, I. (2003). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1: Statistik Deskriptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haurissa, A. I. (2012). Pengaruh Store Image, Travel Distance Dan Customer Satisfaction Terhadap Behavioral Itention Konsumen Di Ranch Market Surabaya. 2.
- Informasi, D. (2012, Juni 30). *Presiden Resmikan Kawasan Terpadu Trans Studio Bandung*. Dipetik September 2014, dari Sekretariat Kabinet RI: <http://old.setkab.go.id>
- Jogiyanto. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Ko, D. R., & J, B. (2010). On The Relationship Between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty. *European Journal of Marketing* 32 (5/6) , 499-513.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia Edisi 1*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyawan, A. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Trans Studio Bandung Dalam Menumbuhkan Minat Konsumen Untuk Berkunjung. *eJurnal Mahasiswa Universitas Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol, 1, No. 1 , 7*.
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Nugroho, S. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan implikasi*. Jakarta: Kencana.
- Pariwisata, S. (2012). Panduan Syarat Kecakapan Khusus (SKK) Dan Tanda Kecakapan

Khusus (TKK) Saka Pariwisata. *Direktorat Pemberdayaan Masyarakat Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, hal. 5-7.

Park, C. W., & Lessig, v. P. (1977). Student and Housewives: Differences in Susceptibility to Reference Group Influence. *Journal of Consumer Research Vol. 4*, 102.

Permatasari, N. E. (2012). The Influence of Sales Promotion and Store Image to Buying Decision of Gramedia Tasikmalaya Bookstore's Customer.

Permatasari, V. (2012). *Pengaruh Kegiatan Promosi Trans Studio Bandung Terhadap Minat Khalayak (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Bandung Periode Bulan Juli-September 2011)*. Depok: Universitas Indonesia.

Rantika, R., & Sunjoyo. (2012). *Pengaruh konflik kerja-keluarga terhadap komitmen organisasional yang dimediasi oleh kepuasan kerja pada profesi perawat di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Dr. Moewardi Surakarta*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha: Laporan riset yang tidak dipublikasikan.

Rizal, A. (2010). *Analisis Pengaruh Grup Referensi dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Qwerty*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Rorlen. (2007). Peran Kelompok Acuan Dan Keluarga Terhadap Proses Keputusan Untuk Membeli. *Business & Management Journal Bunda Mulia, Vol: 3, No. 2*, 15.

Saputri, A. (2009). *Analisis Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Provider Simpati Pede*. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta: Skripsi yang dipublikasikan

Schiffman, L. G., & Leslie, L. K. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Sianturi, E., Erida, & Nifita, A. T. (2012). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Blackberry. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kambi Vil 1 No.2*, 2302-4682.

Soebagyo, T. (2014). Analisa Pengaruh Store Image Terhadap Purchase Intention Di Toserba "Ramai" Ngawi. *Jurnal Strategi Pemasaran Vol 2, No 1*, 2.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sumawarman, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, & Nandan, L. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Surjana, N. A. (2010). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Helm Motor. 3.
- Swastha, B., & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijayanti, R. F., Suharyono, & Suyadi, I. (2012). Pengaruh Citra Toko, Variasi Kualitas, Product Signatureness Terhadap Kualitas Yang Dipersepsikan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Produk Private Label Brands. *Jurnal Profit Volume 7 No. 1* , 78.