

## DAFTAR PUSTAKA

Jogiyanto. (2010). Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman, Yogyakarta: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, edisi pertama

Kotler, Philip. (2000). Marketing Management, The Milenium Edition, Ten edition, USA: PrenticeHall, Inc.

Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta

Sugiono. (2002). Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV Alfabeta.

Putri.Sofiana. (2012). PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *BRAND IMAGE* GIGGLE BOX CAFE & RESTO (Studi Kasus Giggle Box Cafe & Resto Pusat Jalan Progo).

Fuad.Muhammad. *STORE ATMOSPHERE* DAN PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO BUKU GRAMEDIA MALANG.

Moses.Brando, & Budiastuti.Dyah. ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG.

Rubiyanto.Dewi. (2004). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CHINA EMPORIUM FACTORY OUTLET BANDUNG.

Kusumowidagdo.Astrid. (2010). PENGARUH DESAIN ATMOSPHERE TOKO TERHADAP PERILAKU BELANJA.

Tendai.Mariri, & Crispin.Chipunza. (2009). In-store shopping environment and impulsive buying.

Arifin.Zainul. DAMPAK STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.

Billings.Wendy L. Effects of Store Atmosphere on Shopping Behavior.

Eko.Nandi. (2011). ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI WADEZIG DISTRO KOTA PADANG.

Meldamerianda.Resti & Lisan.Henky. (2010). PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESORT CAFÉ *ATMOSPHERE* BANDUNG