

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, M. R., & Nurdin, S.(2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica* 1(2), 249-258.
- Ali & Mubarak.(2016). *Impact of Atmospheric Design on Consumer Purchasing Behaviour At Self-Serving Convenience Store*. *Jurnal of Marketing* 1(1), 9-16.
- Arifin, Z. (2010). Dampak *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Manajemen*,8(3),Agustus 2010. Malang: Universitas Brawijaya.
- Astuti, W. S. S. , Wahyuningsih, E., Winarti, E., & Yatna, C. N. (2014). Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas pelanggan Centro Department Store di The Plaza Semanggi. Retrieved Maret 10, 2018, from <http://repository.perbanasintitute.ac.id>.
- Chen, H & Hsieh,T.(2011). *The Effect of Store Atmosphere on Customer Perceptions and Customer Behavior Responses in Chain Store Supermarket*. *African Journal of Business* 5 (24).
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. S. (2015). Analisis pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Di Indomaret Kota Mataram. *Jurnal Magister Manajemen UNRAM*. Retrieved Maret 10, 2018, from <http://jmm.unram.ac.id>.
- Hussain, R & Ali, M. (2015). *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*. *International Journal of Marketing Studies*,7(2). Pakistan : Shaheed Zulfikar Ali Bhutto Institute of Science & Technology.
- <http://kalimantan.bisnis.com/read/20171102/448/705145/kemitraan-pedagang-tradisional-akhir-2017-seluruh-ritel-modern-sudah-bermitra>
- <http://marketeers.com/transmart-berbenah-lahirkan-konsep-ritel-4-1/>
- <https://www.minimarketak.com/blog/potensi-bisnis-minimarket>
- <http://republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/04/27/op23do383-perkembangan-bisnis>
- Julianti, Ni Luh,. Made Nuridja,. & Made Ary Meitriana. (2014).Pengaruh Suasana Toko(*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai Di Kecamatan Nusa Penida, 4(1) Bali: Universitas Pendidikan Ganesha.

- Jogiyanto, Hartono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi ke-6. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.
- Kotler, K. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kusumowidagdo, A. & Sachari, A., Widodo, A. (2012). *The Impact of Atmospheric Stimuli of Stores on Human Behavior*. Retrieved Maret 10, 2018 from <http://www.sciencedirect.com>.
- Levy & Weitz. (2015). *Retail Management 6th edition*. United States of America : McGraw-Hill International.
- Madjid, R.(2014). *The Influence Store Atmosphere Toward Customer Emotion and Purchase Decisions*. International Journal of Humanities and Social Science Invention. Vol 3(10), 11-19.
- Margaretha, M.(2016). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada City Home di Pontianak. Bisma 1(4) Pontianak : STIE Widya Dharma Pontianak.
- Meldarianda, R. & Lisan, H.(2010). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. Jurnal Bisnis dan Ekonomi 17(2) Bandung : Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. Jurnal Manajemen , 1(1) Padang : Universitas Negeri Padang.
- Mowen, John, C & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Noviawaty & Yuliandi, B. (2014). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyek Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 12 (1) Palembang : Universitas Sriwijaya.
- Nell, C. (2013). *Exploring The Influence of Store Atmospheric on Consumers Buying Behaviour in Apparel Retail Stores : An Exploratory Study in Tshwane*. Retrieved July 5,2015, from <http://uir.unisa.ac.za/>.
- Peter J. Paul & Olson Jerry C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi pemasaran*. Edisi 9. Buku 1. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Putra, B. D. & Wijaksana, T. I. (2017). *The Influence Of Store Atmosphere Towards Customer Purchase Intention Of Armor Kopi Bandung*. e-Proceeding of Management,4(1) Bandung: Universitas Telkom.
- Putri, D. A., & Samuel, H. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Purchase Intention* dengan *Perceived Quality* sebagai Variabel Intervening pada

- Victoria's Secret Surabaya. Retrieved Juli 18, 2016, from <https://www.researchgate.net/>.
- Rizki, R.N., & Wardhana, A.(2016). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Caffe Bene Bandung. e-Proceeding of Management. 3(2) Bandung : Universitas Telkom.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D).Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2015). Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta: Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Valentine, K. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung. (Nomor Katalog: 14.04.992). Unpublished undergraduate thesis, Universitas Telkom, Bandung. Retrieved Maret 10, 2018, from <http://repository.telkomuniversity.ac.id/>.

