

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2017). Industri Besar Sedang (IBS) Turun Minus 9,79 persen, dan Industri Mikro Kecil (IMK) Naik 3,97Persen.
- Anwar, Iful dan Satrio. (2015). *“Pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian”*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 4, No. 12, Desember 2015
- Berman dan Evans 2004. Marketing. Edisi 7. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Dessyana, Cindi J. 2013.”*Store Atmosphere Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado*”.Jurnal EMBA, Vol 1, No. 1, Juni 2013
Hal 844 – 852
- Hadi, Rubiyanti Dewi. (2004). *“Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada China Emporium Factory outlet Bandung”*. Program Sarjana universitas Widyatama
- Hariadi, Doni dan Mortoadmodjo. (2013). *“Pengaruh produk, harga, promosi dan ditribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk proyektor microvision”*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.Vol. 1, No. 1, Januari 2013
- Hetty, M.S 2013. *“ Analisis pengaruh produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Buku Togamas Bangkong Semarang)”* Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 12. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philipdan Amstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Amstrong G. 2008. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi Ke 12, : Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip and Keller. 2013. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid, Jakarta : Erlangga. Hal 8-12.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2012. Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi Duabelas Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Deni dan Kunto, Y.S. 2013. "*Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*". Vol 1, No. 2, 2013 Hal 1 – 8
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, 2009. Manajemen Pemasaran Jasa.Edisi 2, Jakarta: Salemba empat.
- Lovelock, C. Wirtz, J dan Mussry, jacky.2010. Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia. Jakarta : Erlangga.
- Martini, Tina. (2015). "*Analisis pengaruh harga, kualitas, produk dan desainer terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merk honda jenis scutermatic*". Jurnal Penelitian, Vol. 9, No. 1, Februari 2015
- Meldarianda, Resti dan Lisan S. Hengky. 2014. "*Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*". Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 17, No. 2, Setember 2010, Hal 97 – 108
- Mowen, Jhon C. dan Michael, Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid Pertama.Alih bahasa: Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha Finnan Aditya. 2015 *Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

- Noviawaty dan Yuliandi, Beli. 2014. “*Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Nyenyek Palembang*”. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol 12, No. 1, Maret 2014 Hal 56 – 73
- Selang, Christian A.D. 2013. “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*”. Vol.1, No.3, Juni 2013,
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy (2008). Strategi Pemasaran, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy (2007). Strategi Pemasaran, Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Widyawanto, Indra. Edi. Sunarti (2014). *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden Kota Malang*. Jurnal Administrasi dan Bisnis, Vol 14, No. 1, September 2014