

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, S. (2018). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan antar cafe di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 856–872.
- An'nisa, V., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung Tahun 2016. *EProceedings of Applied Science*, 2(2).
- Berman, B., & Evans, J. R. (1995). *Instructor's edition Retail management: a strategic approach* (Vol. 1). Prentice Hall.
- Cox, R. (2006). *Retailing: An Introduction, 5/E*. Pearson Education India.
- Data Industry Research. (2020). *Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2010 – 2019*. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Dessyana, C. J. (2013). *STORE ATMOSPHERE PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TEXAS CHICKEN MULTIMART II MANADO*. 1(3), 456頁、453頁、603頁.
- DH, A. F., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/ Vol, 28(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Kementrian Perindustrian RI. (2019). Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun. In *Kementrian Perindustrian RI*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing. 13. England*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. (1973). Atmospheric as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49(4), 48–64.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson.

- Lamb, C. W., Hair Jr, J. F., & Mcdaniel, C. (2011). Marketing. In *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Levy, M., & Weitz, B. (2012). *Retailing Management, 8th Edition* (Vol. 3, Issue 2). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Mahardika, R. B. (2013). *Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Era Industri 4.0*. Forbil Institute.
- Nurmawati, E. (2012). *Pengaruh Store Athmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Mulia Toserba dan Swalayan*.
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh cafe atmosphere terhadap keputusan pembelian gen y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133–144.
- Putra, I. P. Y. A. (2008). *Faktor-Faktor dang Dipertimbangkan Konsumen untuk Mengambil Keputusan Pembelian*. 53(9), 287. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). Consumer Behavior. Global Edition. *Pearson Higher Education, London*, 12(2), 113–120.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business A Skill Building Approach Sixth Edition*. <http://www.ebay.com/ctg/Research-Methods-Business-Skill-Building-Approach-Roger-Bougie-and-Uma-Sekaran-2010-Paperback-/80060553>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- TOP Brand Award. (2020). Top Brand Award. In *Topbrand-award.com* (p. Result 2017 Fase 2). https://doi.org/http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2
- Usti, Y. M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan (Survey Pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).

- Widhiarso, W. (2010). *Uji Linearitas Hubungan. Fakultas Psikologi UGM.*
[http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Widhiarso - Uji Linieritas Hubungan 2010.pdf](http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Widhiarso%20-%20Uji%20Linieritas%20Hubungan%202010.pdf)
- Widyanto, A. I. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis, 14*(1).