

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Ujianto. 2004. Faktor-Faktor yang Menimbulkan kecendrungan Minat Beli Konsumen Sarung, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 1.
- Alma, Buchari. 2011. *Menejemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bernard T. Widjaja, 2009. *Lifestyle Marketing*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Agusty. 2009. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, Vol.1, No.3, pp: 273-283.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Elita, Setiawan. 2010. Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Universitas Padjajaran*. Vol 1. No 1.
- Husein, Umar. 2011. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pusaka.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniasih, Indah Dwi. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-ASTRA Motor Siliwangi Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 1 Nomor 1 hal. 37-45
- Kurniawan, Denny dan Sondang, Kunto Yohanes. 2013. Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Impuls Buying dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.1, No.2, pp: 1-8.
- Levy and Weitz. 2011. *Retailing Management*. 8th edition Mc. Graw Hill. New York
- Ma`ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Mulyani, Yuliana. 2009. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Swalayan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada swalayan Luwes di Purwodadi). *Excellent*, Vol.1, No.2
- Natalia, Lia. 2013. Analisis Faktor Persepsi yang Mempengaruhi Minat Konsumen untuk Berbelanja pada Giant Hypermart Bekasi. *Jurnal Skripsi Jurusan Manajemen*, Vol.1, No.2.
- Nawangwulan, M. Irma. 2013. Audit Pemasaran Ritel. *Journal of Finance and Accounting*, Vol.2, No.2.
- Odekerken, S. Gaby, Dkk. 2003. Strengthening Outcomes of Retailer Consumer Relationships The Dual Impact of Relationship Marketing Tactics and Consumer Personality. *Journal of Business Research*, Vol.56, pp: 177-190.
- Sejati, Ari Veny. 2015. Strategi Periklanan pada Bisnis Ritel. *Jurnal Komunikasi ASPLIKOM*, Vol.2, No.4, pp: 235-242.
- Semuel, Hatane. 2006. Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.2, pp: 53-64.
- Sumarwan, Ujang. 2008. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Ujianto, dan Abdurrahman. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.6, No.1, pp: 34-53.
- Utami, Chr.Whidya. 2006. Relationship Effort dan Kualitas Layanan Sebagai Strategi Penguat Relationship Outcomes. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.1, pp: 22-34.
- Wiyadi. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Solo: Smart Media.