

DAFTAR PUSTAKA

- Baek, J., & Michael Ok, C. (2017). The power of design: How does design affect consumers' online hotel booking? *International Journal of Hospitality Management*, 65, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.05.001>
- Fathurahman, M. (2009). Pemilihan Model Regresi Terbaik Menggunakan Metode Akaike's. *Jurnal Informatika Mulawarman*, 4(3), 37–41.
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*, 1–54.
- Jaka, P. (2011). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Kotler dan Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga.
- Meldarianda, R., Lisan, H., Kristen, U., & Bandung, M. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.
- Pragita, A. A., Fauzi, A. D., & Kumadji, S. (2010). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian. *Profit*, 7, 1–11.
- Rahayu Tri Astuti, S., & Manajemen, J. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Pengantar Tinjauan Desain, 32.
- Sari, elisa purwita. (2015). (Studi Pada Konsumen Mie Nges-Nges Banyumanik Semarang), 4, 1–10.
- Sari, elisa purwita. (2015). (Studi Pada Konsumen Mie Nges-Nges Banyumanik Semarang), 4, 1–10.
- Sukotjo, H., & A, S. R. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.