

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, M. F., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Store Atmosphere dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(3), 1–18.
- Assael, H. (2004). *Consumers Behaviour and Marketing Action* (Edisi 3). Cicinnati, OH: South Westrn College Publishing.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management (11th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Pertama. J). Jakarta: Erlangga.
- Gana, C. C. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada konsumen Rumah Makan Inggil di Kota Malang). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(01), 11–20. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas.
- Ghozali, I., & Hengky, L. (2012). Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0. In *Universitas Diponegoro. Semarang*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/prr-08-2017-0034>
- Ikhsan Modjo, M. (2020). Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 103–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.117>
- Irawan, P. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kiswanto, A., Rohman, H., & Susanto, D. R. (2020). Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 1(2), 38–51.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhallindo.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.

- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mahgfiroh, T. (2015). Pengaruh Store Atmosphere dan Location Terhadap Minat Beli Dim Sum di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(April), 1–19.
- Meldarianda, R., & Lisan S, H. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/24273-ID-pengaruh-store-atmosphere-terhadap-minat-beli-konsumen-pada-resort-cafe-atmosphe.pdf>
- Muwaffaq, A., & Hadi, M. (2018). *Pengaruh Desain Interior Dan Desain Eksterior Pada Tasya Fashion*. 221–225.
- Nofiwaty, & Yuliandi, B. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyas Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12.
- Nurhalimah, N. (2020). Upaya Bela Negara Melalui Sosial Distancing Dan Lockdown Untuk Mengatasi Wabah Covid-19 (Efforts To Defend The Country Through Social Distancing And Lockdown To Overcome The Covid-19 Plague). *SSRN Electronic Journal*, 19. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3576405>
- Paradita, S., & Kesuma, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di 212 Mart Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 469–487.
- Puspitasari, A. D. (2016). Pengaruh Store Atmosphere dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 251–260.
- Putri, N. N., Haryono, A. T., & Warso, M. (2016). Efektifitas Atmospher dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi oleh Minat Beli Pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta. *Journal of Management*, 2(2).
- Putri, W. N., & Qomari, H. N. (2017). Pengaruh Kemasan, Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ice Cream Aice di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Brancmark*, 3(3), 762–776.
- Riantra, A. A., & Sukana, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Pasar Seni Sukawati Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(2), 287. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i02.p12>
- Risanti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April).
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang

Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>

Schiffman, & Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.

Shalihah, N. F. (2020). Total 1,9 Juta Pekerja Di-PHK dan Dirumahkan akibat Pandemi Virus Corona. Retrieved from
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/19/081000465/total-19-juta-pekerja-di-phk-dan-dirumahkan-akibat-pandemi-virus-corona?page=all>

Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Surya, A. (2014). *Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Convenience Store 7-Eleven Ciputat)* (Vol. 2). Retrieved from
http://wfa.ust.hk/women_matter_asia_files/Women_Matter_Asia.pdf
<https://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.052>
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/the-leadership-journey-of-abraham-lincoln?cid=other-eml-alt-mkq-mck-oth-1805&hlkid=145b6>

Sutisna, & Pawitra. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Weitz, & Levy. (2012). *Retailing Management*. Boston: McGraw Hills.

Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). the Effect of Trust and Brand Image on Purchase Decision (Toyota Car Survey in Jakarta Region). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318.
<https://doi.org/10.21009/jrmsi.008.2.08>

Widayat. (2004). *“Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi SoftwareSPSS).”* Malang: UMM Press.

Wulandari, D. P., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Store Atmospheree Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sejiwa Coffee. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(1), 57–71.