

DAFTAR PUSTAKA

- A.K Evan Sinarwastu. (2016). *PUSAT PERBELANJAAN DI SURABAYA DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR HIJAU*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Arief Kurniawan, M., Tisnawati, E., Yuliza, E., Studi Arsitektur, P., Sains dan Teknologi, F., & Teknologi Yogyakarta, U. (2018). STATUS DAN PERAN MALIOBORO MALL SEBAGAI OBJEK WISATA BELANJA DI KAWASAN MALIOBORO YOGYAKARTA. In *INERSIA* (Vol. 1).
- BAPPEDA. (2019). *Penyusunan Roadmap Bidang Ekonomi Kota Salatiga*. Bappeda Kota Salatiga.
- Barry Maitland. (1985). *Shopping Malls: planning and design*. Nichols Publishing Company.
- Edy Darmawan, & Ariko Ratnatami. (2005). *Bentuk Makna Ekspresi Arsitektur Kota Dalam Suatu Kajian Penelitian* (Vol. 1). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- International Council of Shopping Centers. (1997). *Winning Shopping Center Designs No 4*. Visual Reference Pub Inc.
- Jefri, Popi Puspitasari, & Endang Marlina. (2019). ARSITEKTUR KONTEKSTUAL PADA DESIGN BANGUNAN. *Seminar Intelektual Muda*.
- Nadir. (2018). *FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI PASAR HIBURAN*. Universitas Lampung.
- Novi Indrianti, & MR. Shellyana Junaedi. (2016). MOTIVASI UTILITARIAN DAN HEDONIS PADA PENELUSURAN DI MEDIA. *CORE*.
- Savitri, R. (2018). PUSAT PERBELANJAAN MODERN (MALL) DENGAN PENEKANAN RUANG TERBUKA PUBLIK. *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*.
- Tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan* (Patent 03-1733–2004). (2004).
- Wijayanti, R., Suyono, B., & Dharmawan, E. (2014). *SHOPPING MALL DI PATI (VELODROME DAN AREA KOMERSIAL)*.
- Windy Nurul Aini. (2019). *Pengaruh perceived spatial crowding, co-visitor, promotional event terhadap arousal dan word of mouth pada konsumen di Mall Royal Plaza Surabaya*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.