

DAFTAR PUSTAKA

- Agus hermawan. 2013. Komunikasi pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Ali Hasan. 2013, Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta:CAPS (*Center For Academic Publishing Service*).
- Anggoro Dwi Kurniawan, Sri Astuti. Vol.1. No.1 2012. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Tempat Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Anindya Octavioni, Trisha Gilang Saraswati S.E.,MSM. Vol.2 No.3 2015. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Antini Presetyo, Aniek Wahyuni. Vol.5 No.1 2016. Pengaruh Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Ayang Dena Suryani. Analisis Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Anton Athoillah. 2010. Dasar-dasar Manajemen. Bandung: C.V Pustaka Setia
- Berman dan Evan dalam Fuad. 2014. “*Retail Management*”. 12th Edition. Jakarta; Pearson
- Christina Sagala, Mila Destriani, Ulfa Karina Putri, Suresh Kumar. Vol.4 No.1 2014. *Mix and Price on Customer Buying Decision Process Toward Fahion Sector*.
- Denny Eka Syahputra. Vol.4 No.11 2015. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Optik Safari Malang.
- Djsalim Saladin and Herry Achmad Buchory (2013). Manajemen Pemasaran ringkasan praktis, teori, aplikasi dan tanya jawab, Linda Karya, Bandung.
- Doni I Kariadi Vol.1 No.8 2012. Penggaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Fajar Raditya, Retno Setyorini, ST.,MM. Vol.3 No.2 2016. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran (edisi 4)*. Yogyakarta: ANDI.

- George R Terry dalam Afifudin 2013. *"Principles of Management"*. 5th Edition. Indonesia: Pearson
- Hasan. 2013. *Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan* Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson: Education, Inc
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2013. *Principles of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Person Education
- Kotler, Philip dan Keller.2012. *Marketing management. Edisi 14. Global edition. USA : Prentice-Hall*
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke 15. Penerbit Pearson Education Limited 2016.
- Kotler, Philip. & Gary Amstrong. 2014. *Principles of marketing, 15th edition. New jersey: Pearson: Education,Inkc*
- Lanni Parlina, Putu Nina Midiawati. Vol.3 No.3 2016. Pengaruh Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Emban Raya
- Levy dan Weitz, 2014. *"Retailing Management"*. Edisi ke 5, *Academic internet publisher*
- Lucky Aminudin Vol.15 No.5 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Hoki Tapan Minahasa Optik.
- M.Maulana Dzikril Hakim. Vol.5 No.11 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Mulyadi Nitisusastro. 2012. *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nawawi. 2014. *Kepemimpinan Mengefektifkan Organisasi. Yogyakarta, jilid kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Nia Anggreini Waloejan. Vol.4 No.1 2016. *The Influence Of Store Atmosphere On Consumer Purchase Decision Process*.

- Nofiyawati, Beli Yuliandi. 2015. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Outlet Nyenyas Palembang.
- Rusydi Abubakar Vol.6 No.3 2005. Pengaruh Pelaksanaan Bauran (Produk, Harga, Promosi dan Tempat) Terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- Safroni, Ladzi. 2014. *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing
- Schiffman dan Kanuk 2012. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta.
- Staton, William J. Shultz 2014. Alih bahasakan Buchory Alma prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1 Edisike 3, alih bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Ujang Sumarwan. 2012. Perilaku Konsumen. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Vitta Maretha, Engkos Achmad Kuncoro. Vol.2 No.2 2011. Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Store Image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian.