

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Apriwati Sholihat, (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie, JOM FISIP, Vol. 5, No.1.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/17185>
- Albert Kurniawan Purnomo (2017) Pengaruh *Cafe Atmosphere* Terhadap Keputusan pembelian Pada Old Bens Coffee Vol. 16 No.2 Tahun 2017
<https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/384>
- Amira Lulu, (2016). Pengaruh pelaksanaan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Giggle Box Café and resto Setia Budi Bandung
<https://stp-bandung.ac.id/handle/123456789/195>
- Buchari Alma. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Bih-Shya, Lin, (2014). *The Effect of promotion and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount, Journal of International Management Studies, August 2014.*
<https://pdfs.semanticscholar.org/.../6a36b80e7ef78e2318547784675b44b8656a.pdf>
- Berman, Barry dan Joel R. Evans, 2014. “*Retail Management*” Dialih bahasakan oleh Lina Salin, 12 th. Edition. Jakarta; Pearson.
- Dita Murinda Katarika (2017) Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* di Bandung Vol.1 No.2 Tahun 2017
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1566>
- Esti Wulansari. 2014. Pengaruh *Café Atmosphere* dan Harga Terhadap keputusan pembelian Pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang. Vol. 2 No. 4
jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/9498
- Erfy Kurnia, (2018) *The Influence of the Store Atmosphere and Sales Promotion on Purchasing Decision On Coffee Happy Sunggal, Jurnal Fakuly of Economic and Business.*
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, (edisi 4), Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

- Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2014. *Marketing, Fourth Edition, The McGraw-Hill, New York.*
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2015. *Marketing Management. 15th Edition, Pearson Education, Inc. New Jersey.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2015. *Dasar-dasar Pemasaran. Alih Bahasa Bob Sabran. Jilid 4. Edisi Kesembilan. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.*
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2014, *Marketing Management, 12th and 13th Edition, Pearson Education Limited.* Jilid 1 dan 2 terjemahan Bob Sabran: Jakarta, Erlangga.
- Karen Valentine (2014) Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung Vol.1 No.3 Tahun 2014
Karen Valentine (2014)
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65601/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-keputusan-pembelian-pada-dakken-coffee-steak-bandung.html>
- Levy and Weitz. 2015. *Retailing Management*. 5th Edition: Academic Internet Publisher.
- Levy and Weitz, 2014. “*Retailing Management*”. Edisi ke 5, *Academic internet publisher.*
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Salemba Empat.
- Lily Harlina Putri (2014) Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Café and Resto Seoekarno Hatta Malang) Vol. 15 No.2 Tahun 2014
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/640>
- Malayu Hasibuan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- M. Arifin Zulkarnain, (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Calibre Coffee Roaster Surabaya Vol. 6 No.1 2018
unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22378/20515
- M. Maulana Dzirkil Hakim. 2016, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Sas Café and Resto Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 5 No. 11

<http://repository.stiesia.id/1392>

Madjid, Rahmat. (2014). *The Influence Store Atmosphere Towards Customers Emotions and Purchase Decisions*, Sulawesi. Volume 3 Issue 10, October 2014.

[ijhssi.org/v3i10\(version2\).html](http://ijhssi.org/v3i10(version2).html)

Peter, J Paul and Jerry C. Olson. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Terjemahan Diah Tantri Dwiandani. *Edisi Kesembilan*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Rifki Septian, (2013). *The influence Store Atmosphere toward and Purchase decision at Brooklyn coffee* Vol. 5 No.9

Peter, J.P. & Donnelly, J.H. 2013, *Marketing management: knowledge and skills*. 11th ed. Boston: McGraw-Hill.

Rambat Lupiyoadi, 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Reynaldo Hendry Watae, dkk. 2017, Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian Pada Rumah Kopi Billy Samrat di Manado. ISSN 2303-1174 Vol.5 No.3.

<https://ejournal.unstrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18390>

Richard, Chinomona and Dubihlela, Dorah. (2014). *Produk assortment, Promotion and lead to cutomer trust, cutomer influence and repurchase intention of local brand. The case of Gauteng province of south Africa. Mediterranean Journal Of Social Science* Vol. 5 No.9 May 2014.

<http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/download/2608/2576>

R.Terry, George dan Leslie W.Rue, 2013. Dasar-Dasar Manajemen. Bumi Aksara Jakarta.

Stanton, William J. 2014. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Y. Lamarto. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Erlangga. Jakarta.

Sofjan Assauri. 2013. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta.

Sugiyono. 2016 Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2016. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta

Internet :

www.kemenpar.co.id

<https://bandungkota.bps.co.id>

data.bandung.go.id

www.bekraf.go.id