

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Barry, berman dan Joel Evans, 2004, Retail Management: A Strategig Approach, Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Bob Foster, Muhammad Deni Johansyah (2019), The Effect Of Store Environtment and Brand Image On Consumer Buying Decision At The Body Shop Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Edisi 12 : UNIBI Vol 9.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta
- Dede Solihin, Ahyani, Rahmad Setiawan (2021), The Influence Of Brand Image and Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention as Intervening Variables. International Journal of Social Science and Business, Vol 5, No.2
- Achmad Mahiri, Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol XI, No.3
- Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- _____. 2016. Marketing Management, 15 th Edition., Global Edition. Essex : Pearson Education.
- Leonita Cahya Amanda, Heru Suprihhadi (2018), Pengaruh Citra Merek, Sosial Media dan Store Atosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe

- Lomboan, R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, Vol, No.3, ISSN.2723-0112, P.256-260
- Gkuti, Freddy. 2009. *The power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Imamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta. _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujung. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua, Cet Pertama, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sunarto. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*, Malang, Bayu Media Publishing.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Cetakan 12. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Utami. Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operaional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Edisi 2, Penerbit Ssalemba Empat, Jakarta
- Vicky (2019). Pengaruh Food Quality, Brand Image, Store Atmosphere terhadap Purchase Decision pada Café Calibre. *Agora*, Vol 7, No 2.
- Yanuar Bachrul Aqsony, Santirianingrum Soebandhi, Ani Wulandari (2020), *The Effect Of Green Marketing, Brand Image, And Atmosphere Store On Purchasing Decisions In Arei Aventure Store Surabaya*. *Quantiative Economics and Management Studies (QEMS)*.