

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Tantri, Francis. 2016. Manajemen Pemasaran. Cetakan ke 5. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasan, Ali. 2018. Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal pemasaran kompetitif, 1(2), 83-101.
- Berman dan Evans (2014:545) Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dakken Coffee & Steak Bandung. e-proceeding of management.
- Berman, B. R., & J. R. Evans. (2010). Retail Management: A Strategic Approach. 11th Ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey. Education, Inc.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Pt Indeks Kelompok Gramedia.
- Ferdinand Augusty, 2002 Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Foster, Bob. 2008. Manajemen Ritel. Alfabeta, Bandung.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamirul (2020). good governance dalam perspektif kualitas pelayanan. CV.Pustaka Learning center.
- Herminingtyas, R., & Susetyarsi, T. H. (2015). Pengaruh Media Iklan dan Model Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Bubuk Siapsaji Merek Luwak White Koffie di Kota Semarang. Jurnal stie semarang (edisi elektronik), 7(3), 82-111.
- Husain dan Ali. 2015 . Effect of *Store Atmosphere* On Consumer Purchase Intention. International Journal of Marketing Studies, Vol. 7, No.2.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2. penerbit salemba empat. jakarta.

- Juniwati, J. (2015). Pengaruh *perceived ease of use*, *enjoyment* dan *trust* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada *belanja online* (studi pada mahasiswa universitas tanjungpura pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140-156.
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 162-171.
- Khairinal (2016). Menyusun proposal skripsi, tesis, & disertasi. Jambi: Salim
- Kotler & Amstrong. 10th Edition. *Marketing an Introuction*. Indonesia: Pearson
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit* (pp. 139-156). Springer Singapore.
- Kotler, Philip and Kevin, Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1479-1489.
- Malhotra, N. K. (2012). *Basic marketing research: Integration of social media*. Pearson Education.
- Marsum, W. A. (2005). *Restoran dan segala Permasalahannya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230-243.
- Parment, A., Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing: Swedish edition*. Prentice-Hall.
- Philip Kotler, K. L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). Pearson
- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 115-126.
- Soebandhi, S., Wahid, A., & Darmawanti, I. (2020). Service quality and *Store Atmosphere* on customer satisfaction and *repurchase intention*. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 13(1), 26-36

- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pt Alfabeta.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What effects repurchase intention of online shopping. *International Business Research*, 10(12), 113-122.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina, 2012, Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan implikasinya pada minat beli ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190-200.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Waluyo & Crosby Lethimen. (2020). good govercnce dalam perspektif kualitas pelayanan
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. PT Indeks, Jakarta