

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini. 2015. Inovasi Riza Falepi, Walikota Payakumbuh Sumatera Barat. Tersedia [online]. <http://www2.jawapos.com/baca/artikel/16544/inovasi-riza-falepi-wali-kota-payakumbuh-sumatera-barat-1> : [selasa tanggal 12 januari 2016 Jam 16.30].
- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berman, Barry dan Joel r. Evans,2004. *Retail Management : A Strategy Approach* Ninth Edition. New jersey : Pearson Education International.
- Berman, Barry dan Joel r. Evans,2010. *Retail Management : A Strategy Approach* Elevent Edition. New jersey : Prentice Hall.
- Dessyana, Cindy juwita. (2013). “*Store Atmosphere* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado” ISSN 2303-1174. *Jurnal EMBA*.Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 844-852.
- Gillani, Ms. Fatima. (2012). “*Impact of Peer Pressure and Store Atmosphere on Purchase Intention: An Empirical Study on the Youngsters in Pakistan*” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* July 2012, Vol. 2, No. 7 ISSN: 2222-6990.
- Ghozali, Imam. 2013. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program”. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hussain, Riaz dan Ali, Mazhar. (2015). “*Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*”. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 7, No. 2; 2015.ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203. *Published by Canadian Center of Science and Education*.
- Julianti, Ni Luh,. Made Nuridja,. Dan Made Ary Meitriana. (2014). “Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai Di Kecamatan Nusa Penida” Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014.
- Karmela, F Lili,dan Jujun Junaedi. 2009. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan”. Vol.5.No.9.Januari-Juni 2009 : 94 – 106.
- Kouчекian, Milad dan Gharibpoor, Mahshid. (2012). “*Investigation the Relationship between Visual Merchandising and Customer Buying Decision Case Study: Isfahan Hypermarkets*”. *International Journal of Academic*

*Research in Economics and Management Sciences* April 2012, Vol. 1, No. 2  
ISSN: 2226-3624.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1 .  
Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Edisi Bahasa  
Indonesia, Jakarta: Penerbit Indeks.

Levy Michel and Barton A Weitz . 2012 *Retailing Management. eight edition*. New  
York : Mc-graw Hill.

Meldarianda, Resti dan Hengky Lisan S, (2010). “Pengaruh Tujuan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Cafe Atmosphere Bandung*” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2010, Hal. 97 – 108  
Vol. 17, No. 2 ISSN: 1412-3126.

Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Dwi  
Kartini. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta: PT. Erlangga.

Nofiauwaty dan Belli Yuliandi. (2014). “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Nyesnyes Palembang”. *Jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya* .Voll 12 no. 1 Maret pg.55-73.

Pragita, Atika Ayu, Achmad Fauzi DH, Srikandi Kumadji. (2013). “Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) Terhadap Emosi Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian”. Dalam *Jurnal Profit* Volume 7 No . 1.

Sari, Desi Amita, Maria Mimin Minarsih, dan Azis Fathoni. 2014. “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Semarang”. Dalam *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen* 2014.

Sekaran, Uma. 2006. “*Research Methods For Business*”. Jakarta: Salemba Empat.

Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka  
Utama.

Turley, LW dan Ronald E Milliman, 2000. “*Atmospheric Effects On Shopping Behavior : A Riview Of The Experimental Avidence* “ Dalam *Jurnal Of Bisnis Research* ISSN 0148-2963.