

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. , & J. (n.d.). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM dalam Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Ali Hasan. (2013). *Marketing, Cetakan Pertama*, . Media Pressdindo .
- Alma Buchari. (n.d.). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. . Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. . PT RajaGrafindo Persada.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Durianto, D. S. & S. T. (2018). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. .
- Dwiastuti, R. dkk. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. . Penerbit Universitas Brawijawa Press.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2015). *plikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. riате dengan Program IBM SPSS. 23*. Semarang : .
- Hair Jr, J. F. , S. M. , H. L. , & K. V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. . *European Business Review*.
- Ibzan, E. , B. F. , & J. B. (2016). Consumer satisfaction and repurchase intentions. *Developing Country Studies*, 6(2).
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kahar, N. (2016). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Kasus Pada Restoran Kepiting Mas Agus Balekambang). *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2016). (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. PT. Indeks.
- Lieyanto, D. M. , & P. B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. . *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF, 13(2)*.
- NGUMAR, N. , W. A. , & K. K. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Damar Coffee Malang. . *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(7)*.
- Nurislah, D. , & H. C. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Merawat Kecantikan Di Farina Beauty Clinic. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, 8(2)*.
- Oktavia, V. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopi Restoran Palembang) . *Doctoral Dissertation, STIE Multi Data Palembang*.
- Purnama, W. , & W. Y. (2019). The Influence of Destination Image, Tourists Satisfaction, and Tourists Experience toward Revisit Intention to The Most Beautiful Village in The World (Nagari Tuo Pariangan). . *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha, 1(1)*.
- Putri, C. M. , P. A. E. , & P. B. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Pada Matahari Departement Store Plaza Simpang Lima Semarang. . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(4)*.

- Roberts-Lombard, M. , S. L. , & D. P. L. (2013). The influence of trust, commitment and conflict-handling on customer loyalty: A parallel investigation. . *Journal of Economic and Financial Sciences*, 6(1).
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). . *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2).
- Santoso, A. , & A. A. (2017). The influence of perceived service and e-service quality to repurchase intention the mediating role of customer satisfaction case study: Go-Ride in Java. . *Journal of Business and Management*, 6(1).
- Sudarso, A. , & A. N. (2021). Analisa Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Matahari Department Store Medan. . *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 9(1).
- Sugiarto, B. U. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. . *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1).