

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hidayatulloh, Hafid (2016). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Steak Ranjang Bandung). Universitas Telkom.
- Sopiah. (2016). *Salesmanship (kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Aminudin, Lucky. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.15 No. 05, 2015.
- Purnamasari, Nuraisyah Dwi. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Misbar. Universitas Telkom.
- Wilsen, Eugenius Pankra. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan NET TV Universitas Telkom.
- Handayani, Elsa. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Chingu Korean Fan Café Bandung. Universitas Telkom
- Rafsanjani, Ali Akbar & Ati Mustikasari. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Resto Nanny's Pavillon di Bandung. Universitas Telkom.
- Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (studi pada Monopoli Café and Resto Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Nasional Universitas Brawijaya Malang*.
- Pratiwi, Diah. (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Shop Terhadap Kepuasan Pelanggan Zalora Indoneia. *Jurnal Nasional Universitas Telkom Bandung*.
- Lolita, Nova. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada BANK BRI Cabang Bekasi. *Jurnal Nasional Universitas Telkom Bandung*.
- Sulistriorini, Indah. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Tenggiri Samarinda. *Jurnal Nasional Vol.5 No. 2, 2017*.

- Hussain, Raiz dan Ali Mazhar. (2015). *Effect of Store Atmosphere on consumer Purchase Intention*. International Journal of Marketing Studies; Vol.7 No. 2.
- Sabrina, El-bachir. (2014). *The influence of the store atmosphere on the consumer behavior*. Vol. 5 No. 8, 2014.
- Hasan, Ali. (2013). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Pubishing Service).
- Akram, Umair., Hui, Peng., Kaleem Khan, Muhammad., Hashim, Muhammad., Rasheed, Shahid. (2016) *Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables*. International Journal of u- and e- Service, Science and Technology Vol.9, No. 7 (2016), pp.43-60.
- Siddhibhongsa, Pitchayapa. (2014). *The Influences of Store Atmosphere on Purchase Intention Toward a Fast Fashion Brand in Bangkok* (2016). Vol 9 NO. 1., 2014.
- Hussain, Riaz., Ali, Mazhar. (2015). *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*. Institute of Science & Technology, Karachi, Pakistan International Journal of Marketing Studies; Vol. 7, No. 2. ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&DB*. Bandung: Alfabeta.
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

**WEBSITE**

<http://duniakulinerbandung.com>