

DAFTAR REFERENSI

- Aria Yulistiana. (2018). Terlalu Banyak Toko Starbucks bisa terancam Bangkrut "<https://www.cnbcindonesia.com/news/20180205132936-4-3517/terlalu-banyak-toko-starbucks-bisa-terancam-bangkrut>". Diakses pada 15 Januari 2019.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Managemen (11 Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Chaney, D. (2004). *Life Styles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Christian Kapantow dan Silvy L. Mandey. (2015). Pengaruh Sikap Subyektif, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Handphone Asus di game zone computer Mega Mall Manado. Manado: Jurnal Emba Vol.3, No.02.
- David Harianto dan Hartono Subagio. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, dan *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Konsumendengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja - Vu Surabaya. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1, No.1.
- Dita Amanah dan Putri Maya Sari Harahap. (2013). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Plaza Meda Fair di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Medan: Jurnal Plans Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis Vol. VIII, No.2.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2012). *Perilaku Konsumen (6th ed.)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (ketujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasyim dan Rina Anindita. (2009). *Prinsip - prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta: UIEU - University Press.
- Imam Santoso. (2016). Peran Kualitas dan Layanan, Harga dan Store Atmosphere Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen. Malang: Jurnal Manjemen Teknologi Vol.15, No.1.
- Irawan, F. W., & Sudjoni. (1996). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (1st ed.)*. Yogyakarta: BPFE.

- Jatmiko. 2019. Customer Loyalty Formation Model Based on Satisfaction Customer in E-Commerce-Based Transportation Industry in Indonesia. 61h International Conference on Business, Economics and Social Sciences (ICBESS) 2019 MERCURE Hotel Ancol - Jakarta, 6 - 7 November 2019
- Kotler, P. (2010). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran (Edisi 12). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip - Prinsip Pemasaran (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip - Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2001). Pemasaran (Edisi 1). Jakarta: Selemba Empat.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). Retailing Management. New York: Mc Graw Hill.
- Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. (2014). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Monopoli *Café* and Resto Soekarno Hatta Malang). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.15, No. 2.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek (1st ed.). Jakarta: Selemba Empat.
- Ma'ruf, H. (2006). Pemasaran Ritel (2nd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. Aceh: Jurnal Visioner & Strategis Volume 6, No.1.
- Nur Aina Abdul Jalil, Amily Fikry, dan Anizah Zainuddina. (2016). The Impact of Store Atmospherics, Perceived Value, and Customer Statisfaction on Behavioural Intention. Jurnal Procedia Economics and Finance 37.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2011). Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur) (Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Sandjojo, N. (2011). Metode Analisis Jalur (Path) dan Aplikasinya. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: ANDI.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.

- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional (Jilid 1)*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., & Dkk. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sunarto, K. (2000). *Pengantar Sosiologi (2nd ed.)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Sunyanto, D. (2012). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- _____(2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.