

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P. F., & Mudiantono, M. (2013). Analisis Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Distro Deep Store di Surakarta) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- (Baker and al., 1992; Tai and Feng, 1997; Gilboa and Rafaeli, 2003) dalam El-Bachir Sabrina (2014:229). Store atmospherics is formed by different components frequently called « atmosphere factors » such as music, smell, and colors. Artinya suasana toko dibentuk oleh komponen yang berbeda sering disebut «faktor suasana» seperti musik, bau, dan warna.
- Buchari Alma (2005:60) dalam Ni Luh Julianti¹, Made Nuridja¹, Made Ary Meitriana² (2014:2) “Store Atmosfer adalah suasana toko yang meliputi interior, exterior , tata letak, dan tampilan interior yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan minat untuk membeli”.
- Gilbert dalam Foster (2008: 61) mendefinisikan Store atmosphere merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, Store atmosphere dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.
- Levy and Weitz dalam Cindy Juwita Dessyana (2001: 576) mengemukakan bahwa suasana toko merupakan penciptaan suasana toko melalui visual, penataan, cahaya, musik dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen untuk melakukan pembelian.
- Levy and Weitz dalam Utami, (2010 : 52) yang mengemukakan ‘pengaruh keadaan toko adalah dari karakter keadaan toko, seperti arsitektur, tata letak, penanda, pemajangan, warna, pencahayaan, temperatur, musik serta aroma, yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen’.
- Levy and Weitz dalam Utami, (2010 : 52) yang mengemukakan ‘pengaruh keadaan toko adalah dari karakter keadaan toko, seperti arsitektur, tata letak, penanda, pemajangan, warna, pencahayaan, temperatur, musik serta aroma, yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen’.
- Menurut Meldarianda (2010:103) dalam Ni Luh Julianti¹, Made Nuridja¹, Made Ary Meitriana² (2014:2) “suasana toko (store atmosphere) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen”.

- Meldarianda (2010:103) dalam Ni Luh Julianti¹, Made Nuridja¹, Made Ary Meitriana² (2014:2) “suasana toko (store atmosphere) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen”.
- Propheto. A, Kartini. D, Sucherly. S, Oesman. Y. 2020. Marketing Performance As Implication Of Brand Image Mediated By Trust. *Management Science Letters*, 741-746.
- Rahayu, S. (2013). Aplikasi Metode Trimming pada Analisis Jalur dalam Penentuan Model Kausal Loyalitas Pelanggan Toserba ‘X’ (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Sandriana Marina, Dwi Kartini, Diana Sari, Septiadi Padmasasmita. 2016. Customer Loyalty As The Implications Of Price Fairness Determined By Relationship Marketing And Service Quality Of Airline Services. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 11, Issue 2
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 94.
- Semuel, H. (2006). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Toko Moderen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2).
- Shiratina, A., Kartini, D., Mulyana, A., Helmi, A., & Suryana, Y. (2019). Implementation Innovation and Value Creation in Improving Business Performance Muslim Fashion. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2).
- Ukur, D. D. N. (2017). PENGARUH STORE ATMOSFER DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN COFFEE SHOP DI BANDUNG (KOPI OM) (Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung).
- Umi Narimawati. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media
- Umi Narimawati. 2010. Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta: Penerbit Genesis.
- Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini & Linna Ismawati 2011. Penulisan Karya Ilmiah-Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi pada Fakultas Ekonomi UNIKOM.
- Zulfikar Rizki. 2008. Pengaruh Bauran Ritel terhadap Loyalitas Konsumen pada Toserba X di Kota Bandung.