

DAFTAR PUSTAKA

- Chou, T.-J., Chang, E.-C., Zheng, Y., & Tang, X. (2016). What Makes Consumers Believe : the Impacts of Priming and Sequential Service Experiences on Consumer Emotions and Willingness to Pay. *Journal of Service Marketing*, 30(1), 115–127. <https://doi.org/10.1108/JSM-02-2014-0077>
- Dessyana, C. J. (2013). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 844–852.
- Helkkula, A. (2015). Service Experiences Beyond The Direct Use: Indirect Customer Use Experiences Of Smartphone APPS. *Journal of Service Management*, 26(2).
- Hubeis, M., & Mukhamad, N. (2008). *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Madjid, R. (2014). The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions. *Journal of Humanities and Social Science Invention*, 3(10), 11–19.
- Marsono. (2018). Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price, dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Its Milk Cilacap. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 47–67.
- Meldarianda, R., & Lisan S., H. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal; Bisnis Dan Ekonomi*, 17(2), 97–108.
- Munira, T. (2016). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada kopi selasar bandung, 2(2), 414–421.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyanto, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen*, 16, 133–144.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sukotjo, H., & Radix A., S. (2010). Partisipant , Process , dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomid Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Utomo, L. P., & Maskan, M. (2018). Pengaruh People and Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Virtual Merch Store Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 322–327.
- Wibowo, B. A., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Faktor Sosial dan Pengalaman Terhadap Kepercayaan Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Customer to Customer (C2C) E – Commerce di Semarang. *Journal of Management*, 5, 1–9.