

## Daftar Pustaka

- Amstrong, G. dan Kotler, P. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta: Erlangga.
- Amir. 2005. *Manajemen Ritel : Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern*. Seri Manajemen Pemasaran No. 7.PPM. Jakarta.
- Barnes, J.G. (2003). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Management Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Berman, B. Dan Evans, Jr 2007. *Retail Management: A Strategic Approach*. (10<sup>th</sup> end). Prentice Hall
- Cakraningrat, Ardani. 2016. Pengaruh Promosi Penjualan dan *Store Atmosphere* terhadap *Shopping Emotion* dan *Impulse Buying* di *Discovery Shopping Mall*. Vol. 5 No. 7
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa : Budyanto. Jilid I. Binarupa Aksara Publisher. Jakarta.
- Ferdinand, dan Augusty T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Foster. 2008. *Manajemen Ritel*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, dan Tri Astuti. 2017. Analisis Pengaruh Atmosfer Toko, *Price Discount*, dan *Sales Person* terhadap *Impulse Buying* melalui *Emotional Response* (Studi Pada Konsumen

*Hypermarket* di Kota Semarang). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang. Vol. 6 No. 2

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

Lamb, Hair, Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Penerjemah : David Octarevia. Buku 2.

Salemba Empat. Jakarta.

Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati, Pengaruh Store

Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan ( Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2, 2014) hlm. 4

Mowen, dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya.

Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

Ridwan. 2007. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung :

Alfabeta.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Simmamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran : Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. PT.

Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Stanton. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.

Alfabeta. Bandung.

Suhandri, dan Djawoto. 2016. Pengaruh Atmosfer Toko, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Matahari. Sekolah Tinggi

Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol. 5 No. 5

Sukma, Fauzi DH, Yaningwati. 2012. Pengaruh Suasana Toko dalam Menciptakan Emosi dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Pengunjung Ritel *Hypermart Malang Town Square* Kota Malang). Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang. Vol. 6 No. 1

Sunarto. 2006. *Perilaku Konsumen*. Penerbit AMUS. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta

### **Sumber Lain**

<https://www.maxmanroe.com/melihat-sejarah-bisnis-j-co-donut-coffee.html> (diakses pada tanggal 15 April 2021 pukul 16:14 WIB)

Sumber: [www.jcodonuts.com](http://www.jcodonuts.com) (diakses pada tanggal 15 Mei 2021 pukul 20:40 WIB)