

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, Felicia. 2011. *Analisis Pengaruh Atmosfir Gerai terhadap Penciptaan Emosi (Arousal dan Pleasure), Perilaku Belanja (Motivasi Belanja Hedonik dan Motivasi Belanja Utilitarian), dan terhadap Pendekatan Perilaku. Fokus Ekonomi*. Vol. 10:hlm. 125-139.
- Nugraha, Andi, 2010, “*Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alfamart Cabang Rancaekek Bandung*” Nomor :010/BAN-PT/AK-X/S1/V/2007, Universitas Widyatama.
- Lembang, Dua, Rosvita, 2010, “*Analisis Pengaruh kualitas produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelia Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*” Universitas Diponegoro Semarang.
- Hendy, ma’ruf, 2005, *Pemasaran Ritel*, Gramedia, Jakarta.
- Hirschman, E.C. and Holbrook, M.B., 1982, *Hedonic Consumption: Emergenging Concept*, *Jurnal of Marketing*, vol. 16,pp,92-101.
- Hubaya, Ivan, 2008, *Analisis Pengaruh Atmosfer Kenyamanan Toko, Aktivitas Relationship Marketing, dan Harga Khusus Terhadap Retensi Pelanggan (Studi di Toko Rumah Parfum Semarang)*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta.
- Lamb, Hair dan Mc Daniel, 2001, “ *Pemasaran Buku 2*”, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Maya, Nur, Damayanti, 2013, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Remaja*

Putri Pada Toko Clarissa GKB Gresik, Universitas Muhammadiyah Gresik.

Mehrabian, A. and Russell, J.A., 1974, *An approach to Environmental Psychology*, In Fisher, Feffrey D., Paul A. Bell, and Andrew Baur 1984 *Environmental Psychology*, 2 nd ed. New York: Holt, Richart and Winston.

Nugroho J. Setiadi, SE. MM, 2003, *Perilaku Konsumen*, Prenada Media, Jakarta.

Pribadi, Yanuar, 2013, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Optik Jasa Lensa di Kota Gresik*, Universitas Muhammadiyah Gresik.

Putler, Daniel S, Karthi Kalyanam, dan James S. Hodges, 2006, “ *A Bayesian Approach for estimating Target Market Potential With limited Geodemographic information* “, *Journal of Marketing Research*, vol. 33 (May 2006).

Samli, A. Coskun, J. Patrick Kelly, dan H. Keith Hunt, 2008, “*Improving the Retail Performance by Contrasting Management-and Cunsomer perceived Store image : A Diagnostic Tool for Corrective Action*”, *Journal of Busines Research*, 43,(1), pp.27-38.

Subagio, 2011, *Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hidonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen*.

Sugiyono., 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono., 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy, 2002, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Penerbit Andi, Yogyakarta.