

## DAFTAR ISI

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bittner, M.J. dan Zeithaml, V.A, (2003) “ServiceMarketing”, (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Deni Pranoto, 2014. *Pengaruh Kepercayaan Dalam Pembelian*, Gramedia, Jakarta.
- Hesti Ridianingrum, 2014, *Kepuasan Pelanggan Pelanggan*, USM: Semarang
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., Keller, K.L., “Marketing Management”, Pearson Horizon Editions, England, 2013.
- Kotler, P., “Atmosphere as a Marketing Tool”, *Journal of Retailing* (4) 48-64, 2000
- Lupiyoadi, Rambat., “Manajemen Pemasaran Jasa”, Salemba Empat, Jakarta, 2013
- Lo Liang Kheng, et al. “The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang”, Malaysia, *International Journal of Marketing Studies* Vol. 2, No. 2; November 2010
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.

## **Jurnal**

Atika Sefesiyani, Achmad Fauzi DH, Zainul Arifin (2015). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING (PEMASARAN RELASIONAL) TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH (Survei pada Nasabah Tabungan Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Dinoyo Kota Malang) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 28 No. 2 November 2015

Azmaniar Syarif,(2008) Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1972 Cabang Medan 2008

Esa Yanri Mekar Lorena,Sri Martini (2019) MENILAI PENGARUH CITRA MEREK, KERAGAMAN MENU, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN NIAT BELI ULANG(STUDI PADA PELANGGAN SOCIETY COFFEE HOUSE PURWOKERTO)Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) Volume 21 Nomor 02 Tahun 2019

Euis Heryati (2015),KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, PRIVATE BRAND TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HYPERMARTPURI JAKARTA Jurnal Komunikologi Volume 12 Nomor 1, Maret 2015

Fitriana Puspitasari,Marjam Desma Rahadhini,Sumarno Dwi Saputra (2017) PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 17 No. 3 September 2017: 498 – 507

- Hari Govind Mishra, Piyush Kumar Sinha, *Ahmedabad* Surabhi Koulc (2014), Impact of Store Atmospherics on Customer Behavior: Influence of Response Moderators *Journal of Business and Management – Vol. 20, No. 1, 2014*
- Ilham Tugiso, Andi Tri Haryono, Maria M Minarsih (2016) PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP DAN LOYALITAS PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Onlineshop “NUMIRA” Semarang) *Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016*
- Muhammad Ishtiaq Ishaq, Dr. Mazhar H. Bhutta, Dr. Asad Afzal Hamayun, Rizwan Qaiser Danish, Nazia Munazer Hussain (2014) Role of Corporate Image, Product Quality and Customer Value in Customer Loyalty: Intervening Effect of Customer Satisfaction, *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 4(4)89-97, 2014 ISSN 2090-4304 *Journal of Basic and Applied Scientific Research* [www.textroad.com](http://www.textroad.com)
- Nuraisyah Dwi Purnamasari, Agus Maolana Hidayat, S.E., M.Si (2016) ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WARUNG MISBAR BANDUNG TAHUN 2016 ANALYSIS OF INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON THE CUSTOMERe-Proceeding of Applied Science : Vol.2, No.2 Agustus 2016 .
- Umair Akram, Peng Hui, Muhammad Kaleem Khan, Muhammad Hashim<sup>2</sup> and Shahid Rasheed (2016), Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables , *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology* Vol.9, No. 7 (2016), pp.43-60 <http://dx.doi.org/10.14257/ijunesst.2016.9.7.05>