

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2018). "Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention". *International Journal of Information Management*, 42(April), hlm 65–77.
- Al-Enezi, S., dan AlDabbagh (2018). "The Influence of Internet and Social Media on Purchasing Decisions in Kuwait". University of Mosul-Iraq. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*. Vol.10 No. 2, hlm 792-797.
- Alma, B., dan Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Alma, B., (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, G., dan Kotler, P. (2015). "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" , England : Pearson Education, Inc.
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ananda, A. S., Hernández-García, Á., & Lamberti, L. (2016). "N-REL: A comprehensive framework of social media marketing strategic actions for marketing organizations". *Journal of Innovation & Knowledge*, Vol. 1(No. 3), 170–180.
- Arief, G. M., & Millianyani, H., (2015). "Pengaruh social media marketing melalui Instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe". *Journal E-Proceeding of Management*, Vol. 2(No. 3), 2581–2587.
- Astutik. (2017). "Pengaruh Interior, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Cafe "Pare Corner Universitas Nusantara PGRI Kediri". *Jurnal Simki Ekonomi*. Vol. 1, No.6, hlm 2-14.
- Bekraf. (2018). "Bekraf Outlook Ekonomi Kreatif (Opus) 2019". [Online] Diakses 18 Maret 2020 dari <https://www.bekraf.go.id/kegiatan/detail/bekraf-outlook-ekonomi-kreatif-opus-2019>.
- Bekraf. (2016). "Subsektor". [Online] Diakses 18 Maret 2020 dari <https://www.bekraf.go.id/subsektor>.
- Berman, Berry dan Joel R. Evans. (2010). *Retail Management: a Strategic Approach*. 12th edition. Prentice Hall. United States of America.
- Berman, Berry and Joel R. Evans. (2013). *Retail Management: A Strategic Approach*. 13th edition. New York: Macmillan Publishing Company.
- Berman, Berry dan Joel R. Evans. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. England: Pearson.
- Brogan, C. (2010). *Sosial Media 101: Tactis and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.

- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). "Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*". Vol. 140(July 2018), hlm 22–32.
- Daft, L. R. (2012). *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dessyana, C., J. (2013). "Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado". Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Emba*, hlm 775-881. Vol 1. No 3.
- Dharmmesta, B. S., Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Eagle, L., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F., & Tapp, A. (2013). *Social Marketing*. London: Pearson Prentice Hall.
- Febriyan, S. (2018). "PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PRODUK INTERNASIONAL (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 61 No.1.
- Fredik dan Dewi (2018). "Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian". Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*. Vol.7 No. 2, hlm 84-88.
- Funk, (2013). *Advanced Social Media Marketing: How to Lead, Launch, and Manage a Successful Social Media Program*. New York.
- Ghillyer, A. W. (2016). *Business Ethics Now*, Fourth edition, McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Edisi ke-7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hariyanti dan Basuki (2016). "Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout, dan Interio Point Of Interest Display Terhadap Keputusan Pembelian di Depot Uceng" ANDA" Blitar". *Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis*, hlm 21-25.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressindo Yogyakarta.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Iblasi, B., dan Qreini. A. (2016). "The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances)". *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*. Vol 4 No.1, hlm 14-28.

- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jamali, M., dan Rohalil. K. 2018. "The Impact of Consumer Interaction on Social Media on Brand Awareness and Purchase Intention! Case Study of Samsung: Journal Marketing and Logistic". Volume – 1 Agustus 2018, hlm 118.
- Kaplan, A., dan Haenlein, M. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook (&Other Social Networks)*, McGraw Hill Professional.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2014): *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurniawan (2008). "Analisis pengaruh exterior, general interior, interior display, lokasi dan produk terhadap keputusan pembelian konsumen BreadTalk Surabaya". Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Kurniawan dan Kardinal (2017). "Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout, dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian di Cilupbah Shop Palembang". SIE Multi Data Palembang.
- Lamb, H. dan McDaniel. (2018). *Principles of Marketing*, MKTG 11. Cengage Learning : Boston, USA.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social Marketing: Influencing behaviors for good*. US: Sage Publication, Inc
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran* Edisi 2.
- Lokman, Kristianti., dan Kristianto (2014). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Imperial Lamian Tunjungan Plaza Surabaya". Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.
- Mahasika (2017). "Analisis Pengaruh Exterior, Store Layout, dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Gayeng di Ponorogo". Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Manullang. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Meldarianda, R. dan Lisan, H. (2010). "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol 17 No.2, hlm 1412-3126.

- Merchant, K. A., & Stede, W. A. (2012). *Management Control System*. Hampsire: Prentice Hall.
- Mileva dan Fauzi (2018). “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)”. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 58 No. 1, hlm 190-199.
- Mileva, L., dan Fauzi, A. DH. (2018). “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 58 No.1.
- Mulyani, Susanti, dan Triana (2019). “Application of Regression Analysis in Reviewing the Effect of Store Atmosphere on the Purchase Decision Process”. Institute of Economic Science (STIE) Ekuitas. *International Journal of Business and Technology Management*. Serie Pacific Hotel, Kuala Lumpur, Malaysia. Vol. 1 No. 3, hlm 36-45.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho dan Santoso (2018). “Pengaruh Desain Interior dan Desain Eksterior Terhadap Keputusan Pembelian di Malia Cake & Bakery Cabang Pasuruan.” Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 4, No. 1, hlm 165-169.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Payadnya, I. A., & Jayantika, I. A. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Pham, P.H. and Gammoh, B.S. (2015). “Characteristics of social-media marketing strategy and customer-based brand equity outcomes: a conceptual model”. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*. Vol 9. No. 4, hlm 321-337.
- Pratiwii dan Yasa (2019). “The Effect of Store Atmosphere, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decisions on Consumers of The Alleyway Cafe”. Udayana University. *European Journal of Management and Marketing Studies*. Vol. 4 No.4, hlm 85-100.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Pp 107-124.
- Putri, Rodhiyah dan Dewi (2019). “Effect of Store Layout and Interior Display on Customer Purchasing Decision at Multimart Tomohon”. Sam Ratulangi University Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*. Vol.7 No.4, hlm. 5953-5972.
- Pramudya, A, k, Sudiro, Achmad, & Sunaryo, S. (2018). “The Role of Customer Trust in Mediating Influence of Brand Image and Brand Awareness of the

- Purchase Intention in Airline Tickets Online”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(2), 224–233.
- Prawira, A. (2010). *Metodologi Penelitian Jilid 1*. Yogyakarta: PT Grasindo.
- Priyatno, Dewi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS - Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: MediaKom.
- Priyatno, Duwi. (2010). “5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19”. Yogyakarta: Andi.
- Rahman dan Zuliestiana (2019). “Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui *Official Account Line Starbucks Indonesia* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks di Kota Bandung.” Universitas Telkom. *Jurnal e-Proceeding of Management*. Vol. 6, No. 2, hlm 2773-2779.
- Riyanto, S & Hatmawan A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Schermerhorn, J. R. (2011). *Introduction to Management*. 11th edition. John Wiley & Sons. (Asia) Pte Ltd.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business Sixth Edition*. United Kingdom: British Library.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Suardi, (2016). *Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik*. Riau: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Suska Riau.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunyoto, S. (2011). Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis. Yogyakarta: CAPS.
- Suparyanto & Rosyad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA: Bogor.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutisna, (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Terry, G. R. & Lesli W. R. (2016). *Dasar-dasar Manajemen*. diterjemahkan oleh G.A Ticoalu. – Cet. 11 -. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). *Brand strategies in social media*. Marketing Intelligence & Planning, 32(3), 328–344.
- Tuten, T. L and Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2012). *Manajemen Ritel. Strategi dan Impelementasi Operasional Bisnis Modern di Indonesia*. Jakarta. Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel. Strategi dan Impelementasi Operasional Bisnis Modern di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta. Salemba Empat.
- Wardani (2018). “Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout dan Interior Display terhadap Keputusan Pembelian di Ramayana Mal Gresik”. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winarsunu. (2010). *Staristik Dalam Penelitian Psikologi Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Yaputra (2020). “Pengaruh Social Media Marketing, Store Environment, Sales Promotion, dan Perceived Value Terhadap Purchase Decision Konsumen Sogo Departement Store”. Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*.