

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan J. Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Abdullah, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Agustin, Tri Yulia. (2019). *Pengaruh Media Sosial, Citra Merek, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Pasundan.
- 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. *E-Proceeding of Management*, Vol. 2(No. 3), 2581–2587.
- Awanda, Bella Riska. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rindang Khatulistiwa Jember*. Universitas Jember.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2015). *Enam Belas Subsektor Ekonomi Kreatif*. Retrieved February 7, 2020, from <http://www.kotakreatif.id/16-subsektor>
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2017). *Data Statistik Dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. Retrieved Januari 11, 2020, from Badan Ekonomi Kreatif Indonesia: http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/170475-data-statistik-dan-hasil-survei-ekonomi-kreatif.pdf
- Berman, Barry & Joel, R. Evans. (2014). “*Retail Management*” Dialih Bahasakan Oleh Lina Salim, 12th Edition. Jakarta: Pearson.
- Bougie, & Sekaran. (2013). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*, Edisi 5. New York: John wiley@Sons.
- Buchari, Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cindy Yosita Putri. (2017). *Kerjasama Indonesia Korea Selatan Dalam Upaya Pengembangan Sektor Industri Kreatif di Indonesia*. Skripsi Strata 1 Ilmu Hubungan Internasional Fisip Tidak diterbitkan. Bandung: Fisip UNPAS hlm. 69.
- Deebhijarn, Samart. (2016). The Marketing Mix Strategy Model To Influencing The Decision To Purchase Ready-To-Drink (RTD) Green Teasamong

- University Students In Bangkok Metropolitan Region, Thailand. (2016). *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 29(1), 16.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States: Pearson.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Heizer, Jay and Render Barry, (2015), *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Hussain, Riaz and Ali, Mazhar. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 7, No.2.
- Isa, Muhammad., Lubis, H. Aswadi., dan Lubis, Ilma Sari. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidempuan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 1-20.
- Jain, Dr. Pragya., Jain, Dr. Jyoti., dan Jain, Prayank. (2020). A Study Of Effect Of 4P's Of Marketing On The Purchasing Decisions Of The Green Financial Products Of Environmental Conscious Consumers. *Our Heritage Journal*, 68(30), 2-20.
- Jamali, M., & Khan, R. (2018). The Impact Of Consumer Interaction On Social Media On Brand Awareness and Purchase Intention! Case Study of Samsung. *Journal of Marketing and Logistics*, (August 2018), 114–129.
- Kementrian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018*. Retrieved January 11, 2020, from Kementrian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia: <http://www.depkop.go.id/data-umkm>

- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). *Manajemen Pemasaran*, jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin, Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (17th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mahardika, Reza Bangun. (2018). *Mengenal Industri Makanan Dan Minuman Di Era Industri 4.0*. Yogyakarta: Forbil Institute.
- Ningrum, Anggun Setya & Suryoko, Sri. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Peacockoffie, Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Political*. 9.
- Nirwandar, S., 2014. Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry. Jakarta: Gramedia.
- Nuraini & Hadi, Mustofa. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pmebelian Pada Panties Pizza Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 6-19.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*, Retrieved Januari 11, 2020, from Otoritas Jasa Keuangan: [http://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.pdf](http://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/Undang-Undang_Nomor_20_Tahun_2008_Tentang_Usaha_Mikro,_Kecil,_dan_Menengah.pdf)
- 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. Issue 4. Pp. 321-337.
- Pratiwi, Ni Made Indri & Yasa, Ni Nyoman Kerti. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media Marketing, And Lifestyle On Purchase Decisions On Consumers Of The Alleyway Café. *European Journal Of Management And Marketing Studies*, 4(4), 19.
- Priyatno, Dwi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatfi Pilar Pembangunan Indonesia*. Retrieved February 7, 2020, from <http://www.docplayer.info/30243970-Rochmat-aldy-purnomo-m-si-ekonomi-kreatif.html>
- Sandy Sinambow, Irvan Trang. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 3 No. 3 Hal. 300-311.
- Schiffman, L. & Wisenblit, L. (2015). *Consumer Behavior*. Edisi Sebelas. Pearson Education.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta
- Suhariyanto dan Munaf, T. (2017). *Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor EKRAF Berdasarkan Sensus Ekonomi 2016*. Jakarta: CV. Dharmaputra.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS: Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Suryani & Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Terry, George R dan Leslie W. Rue. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: CV. ANDI
- Tsitsi, *et. Al.*, "The Adoption of Social Media Marketing in South African Banks", *European Business Review*, vol. 25: 4, 2013.
- Tuten, Tracy L and Solomon, Michael R. (2017). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Zahay & Roberts. (2015). *Internet Marketing Intregrating Online & Offline Strategies. Third Edition*. USA: South Western Cengage Learning.