**DAFTAR PUSTAKA**

Akbar, M.M. and Parvez, N. (2016). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1 January-April 2009, pp.24-38.

Alan, A.K., Kabadayi, E.T., and Yilmaz, C. (2016). Cognitive and Affective Constituents of The Consumption Experience in Retail Service Settings: Effects On Store Loyalty. *Service Business*, Vol. 10(4): 715-735.

Alfin, M.R. dan Nurdin, S. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1(2): 240-249

Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bahri, S., dan Zamzam, F. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-. Amos*.Yogyakarta: Deepublish.

Batra, S.K. and Kazmi, S.H.H. (2017). *Consumer Behavior: Text and Cases*. 4th Edition. New Delhi: Excel Books.

Berg, B. (2014). *Retail Branding and Store Loyalty: Analysis in The Context of Reciprocity, Store Accesibility, and Retail Formats*. Germany: Springer Gabler.

Berman, Barry and Evans, J.R. (2013). *Retail Management*. Eleven Edition. USA: Macmillian Publishing Company.

Buttle, F. (2017). Word of mouth: Understanding And Managing Referral Marketing. *Journal of marketing*, 6: 241–254.

Darsono, L.I. (2016). Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisis Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol.4: 47-57.

Donovan, R.J., Rossiter J.R. , Marcoolyn, G., and Nesdale,A. (2017). A.Store Atmosphere and Purchasing Behavior.*Journal of Retailing*, Elsever B.V.

Dubois, D., Bonezzi, A. and Angelis, M. (2016) Sharing with Friends Versus Strangers: How Interpersonal Closeness Influences Word-of-Mouth Valence. *Journal of Marketing Research*: October 2016, Vol. 53(5): 712-727.

Ekawati, Mustika dan Kumadji, Srikandi. (2016). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Pengetahuan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14. Universitas Brawijaya.

Firdaus, B.A. dan Agustin, S. (2017). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6(5): 1-17

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, L. (2015). *Customer Loyality*: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.

Harisky, M. (2016). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier*.”*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 34(2): 76-92.

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (*Center For Academic Publishing Service*)

Hasan, I. (2016). *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Jantarat, J. and Shannon, R. (2016). The Moderating Effects of In-Store Marketing on The Relationships Between Shopping Motivations and Loyalty Intentions. *The International Review of Retail, Distribution nd Consumer Research*, Vol. 10(2): 566-588.

Jasfar, F. (2014). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.

Kertajaya, H. (2017). *On Selling*. Jakarta: PT. Mizan.

Kirby, J. and Marsden, P. (2016). *Connected Marketing, The Viral, Buzz and Word of Mouth Revolution*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Kotler, P.T. (2017). *Principles of Marketing*. 17th Edition. Essex: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Keller, K.L. (2015). *Marketing Management*. 15th Edition.New York: Pearson.

Kurniati, D. P. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Di Apotek Kimia Farma Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol.1, No.4.

Lamb, C.W., Hair, J.F., and McDaniel, C. (2013). *Marketing*. 12th Edition. Canada: Cengage Learning.

Liu, C.S. and Lee, T. (2016). Service Quality and Price Perception of Service: Influence On Word-of-Mouth and Revisit Intention. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 52: 42-54.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. (2016). Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research* 334-359.

Morgan, A. (2014). *Eating The Big Fish: How Challenger Brands Can Compete Against Brand Leaders*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Mowen, John C., Minor, Michael, and Donavan, Ray. (2016). *Consumer Behavior*, Chicago: Chicago Business Press.

Nawawi, H. (2013). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Ntale, P., Ngoma, M. and Musiime, A. (2016). Relationship marketing, word of mouth communication and consumer loyalty in the Ugandan mobile telecommunication industry. *African Journal of Business Management*, Vol. 7(5).

Novak, T.P., Hoffman, D.L. and Peralta, M. (2017). Building Consumer Trust in Online Environments: The Case for Information Privacy (online). *Research Papers*.

Oliver, R.L. (2016). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

Peter, J.P. dan Olson, J.C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarata: Salemba Empat.

Pratiwi, Y.R. (2017). Pengaruh *Word of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Boardgame Lounge Smart Café* Pekanbaru. *JOM Fisip*, Vol. 4(1): 1-15.

Pujiani, D. (2016). Pengembangan Usaha Batik Solo dalam Menghadapi Pasar Global. *Jurnal Pemasaran Universitas Surakarta*, Vol. 9(2): 205-212.

Ramadania. (2017). Kepercayaan dan Komitmen Sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing Dalam Membangun Loyalitas (Survey Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2. No. 1:33 – 52

Robbins, S.P dan Judge, T.A. (2015). *Perilaku Organisasi*, Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.

Rumyeni dan Lubis, E.E. (2015). *Komunikasi Pemasaran*. Pekanbaru: UR Press.

Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk Dan Layanan, Harga Dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 15. No. 1: 94-109.

Schiffman, Leon and Kanuk, Leslie 2014, *Consumer Behavior*, 11th Edition, Pearson Education Limited.

Schlosser,A.D. (2017). *Applying The Functional Theory of Attitudes to Understanding The Influence of Store Atmosphere on Store Inferences*. *Journal of Consumer Psychology*, 7(4):345-369.

Selang, C. A. (2016). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA,* Vol.1 No.3.

Semuel, H. (2016). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Hypermart Carrefour di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1(2): 53-64.

Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi 10. Jakarta: Kencana Pernada Media.

Setiawan, H., Minarsih, M.M., dan Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal of Management*, Vol. 2(2): 1-17.

Simamora, B. (2014). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sirgy, M.J., Grewal, D., Mangleburg, T. (2016). Retail environment, selfcongruity, and retail patronage: an integrative model and a research agenda. *Journal of Business Research*, 49(2): 127-138.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

Sumardy. (2013). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: CAPS.

Sutisna. (2014). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa:Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tugiso, I., Haryono, A.T., dan Minarsih, M.M. (2016). Pengaruh *Relationship Marketing*, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada *Onlineshop* “Numira” Semarang). *Journal of Management*, Vol.2(2): 1-18.

Usman, F. (2016). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan Daya Saing Investasi Indonesia. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, Edisi 3(1): 33 – 36.

Yusfita, N. dan Yulianto, E. (2018). Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Konsumen PT Alhamdi Global Wisata Periode Umrah 2015 Sampai dengan Juni 2017). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 57(1): 46-52.

Zhang, C., Zhuang, G., Yang, Z.and Zhang, Y. (2017): Brand Loyalty Versus Store Loyalty: Consumers’ Role in Determining Dependence Structure of Supplier–Retailer Dyads, *Journal of Business-to-Business Marketing*, Vol. 10(1): 1-22.

Zikmund. (2017). *Marketing*. Southwestern Collage Publishing.