

DAFTAR PUSTAKA

- Adianto, B. K. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Coffee Shop Yogyakarta.
- Ardyanto, T., & Pradana, M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Conscience Rooftop Bandung. *Jurnal e-Proceeding of Management*, 861.
- Asnawi, N., & Masyhuri. (2009). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malang Press.
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UD. Ratna Cake & Cookies). *Jurnal Valid*, 72.
- Berman, B., & Joel, E. R. (1992). *Retail Manajemen*. USA: Macmillian Publishing Company.
- Dagum, S. M. (2006). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisa Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Caturra Espresso. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 406.
- Erwanto, D. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Coffee Shop di Kota Medan).
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Presepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2003). *Pokok-pokok Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Istiqomah, L. (2019). Pengaruh Citra Merek, Suasana Toko, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Resto X.

- Karaman, F. (t.thn.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Angkringan IKI di Tulungagung.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Depok: Khalifa Mediatama.
- Levy, M., & Weitz, B. (2001). *Retailing Management*. New York: McGraw Hill.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, Y. A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Tiara Arah Condong Stabat.
- Prawirosentoso, S. (2001). *Manajemen Operasi Analisis dan Studi Kasus Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Priyanto, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Purwoto, A. (2007). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.
- Ramapala, I. (2020). Pengaruh Lokasi, Presepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Angkringan Lumba-Lumba Pekanbaru.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Safitri, I. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Rumah Tangga (Studi Kasus pada Konsumen Toko Iin Jaya Plastik di Temanggung).
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung).

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setyani, A. D., Aliami, S., & Hakimah, E. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Kedai Ayam Geprek "Takhesiena" Kecamatan Kertosono - Kabupaten Nganjuk. *Jurnal SENMEA*, 466.
- Siburian, A. P., & Z.A, Z. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 104.
- Stanton, W. J. (1985). *Prinsip Pemasaran Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Subagiyo, R. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Konsep dan Penerapan)*. Jakarta: Alim's Publishing Jakarta.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sukardi. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 8.
- Timotius, K. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2014). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Yuningsih, E., Siboro, P., & Yokana, R. T. (2023). Pengaruh Promotion, Store Atmosphere dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction Dimediasi oleh Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 153.