

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. 2020. Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36.
- Asih, P. S., Rawi, R. D. P., & Rahayu, A. 2021. Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood Kfc Di Kota Sorong (Studi Kasus Mega Mall Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(3), 352.
- Ayu Dwi Astutik, Pujianto, A., & Maduwinarti, A. 2018. Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Ritel Mitra 10 Wiyung Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–10.
- Berman, B., Joel, R.E., & Patrali, C. 2018. *Retail Management : A Strategic Approach, Global Edition* (13th Ed). UK: Pearson.
- Fahimah, F. 2015. Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 28(2), 86465.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, D.A., 2015. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung.” *Jurnal Keuangan Dan Bisnis* 7 (3): 227–42.
- Hidayat, M.S., 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(2), 360-369.

- Hardani, Nur, H.A., Helmina, A., Roushandy, A.F., Jumary, U., Evy, F.U., Dhika, J.S., Ria, R.I. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Group.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Karnadi & Seventeen, W.L. 2021. Pengaruh Periklanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Unihaz:Jaz*, 9(1), 271-276.
- Kartika, D. M., & Syahputra. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162–171.
- Kotler, P., & Gary, A. 2018. *Principles Of Marketing, Global Edition* (17th Ed). Pearson.
- Kotler, P., & Kevin, L.K. 2016. *Marketing Management, Global Edition* (15th Ed). England: Pearson.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mumu, S. 2022. Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kfc Girian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 1-23.
- Munira, T. 2016. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Selasar Bandung. *E-Proceeding Of Applied Science*, 2(2), 1-8.
- Nofiawaty & Yuliandi, B. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyes Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12(1), 56-73.
- Pambudi, R., & Maddinsyah, A. 2022. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mcdonald's Cabang Graha Raya Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(2), 272.
- Purnomo, E., Aryati, I., & Yani, B. A. 2019. Analisis Pengaruh Store Atmospher, Promosi, Dan Leasing Terhadap Keputusan Pembelian Di Candi Elektronik Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 352–363.

- Purnomo, R. A. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss*. Ponorogo: Wade Group.
- Putri, C. M., & Manik, C. D. 2021. Pengaruh Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Kopi Jaelansky Pamulang. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 37.
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Cafe And Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 15(2), 1-9.
- Riduwan, R., & Akdon, A. 2015. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rizkia, D., & Madiawati, P.N. 2021. Pengaruh Perilaku Konsumen, Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aditi Coffee House & Space Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 71-86.
- Rochaety, E., Ratih, T., & Abdul, M.L. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss* (2th Ed). Bogor: Mitra Wacana Media.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi.
- Shaumma, F. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen Café Vanilla Kitchen Bandung). *Prosiding Manajemen*. 3(2). 967-972
- Sugiyono, S. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4th Ed).Yogyakarta: CV.Andi.
- Wardana, W. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Widana, I.W., Putu. L.M. 2020. *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media.
- Widjaja, Y. R., & Indriani, D. 2020. Store Atmosphere Dan Promosi Sebagai Dampak Terhadap Keputusan Pembelian Di

Bandoengsche Melk Centrale (Bmc). *Jurnal Sain Manajemen*, 2(2), 1–10.

Yuandari, E., & Rahman, R. T. A. 2017. *Metodologi Penelitian Dan Statistika* (1st ed.). Bogor: In Media.