

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto D.P.H., (2019). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Ariyanto A., Nuryani A. & Sunarsi D., (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart BSD Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 3, No.1.*
- Dermawan Wibosono, Manajemen Kinerja (2006) , *Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Jakarta : Erlangga,
- Ester Y.B., (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 3.*
- Faaza M.M. & Samboro J., (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amstirdam Coffee & Roastery Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Volume. 2, Nomor.2.*
- Ghozali, 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Halim A. & Syamsuri A.R., (2016). Pengaruh *Store Atmosphere, Store Image*, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Cabang Gajah Mada Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kedokteran Methodist Medan). *Jurnal Ecobisma Vol 3 No. 1.*
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*, Jakarta: Erlangga
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*, Jakarta: Erlangga
- Listriani D., Setyaningrum A.H., & Eka F., (2016) .Penerapan Metode Asosiasi Menggunakan Algoritma Apriori Pada Aplikasi Analisa Pola Belanja Konsumen (Studi Kasus Toko Buku Gramedia Bintaro). *Jurnal Teknik Informatika Vol 9 No. 2.*
- Lubis I.S., Ardiansah R., Jaya J. & Kasmad (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krispy Krema Di Supermall Ciledug Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 4, No.1.*

- Nurjaya, Erlangga H., Jasmani, Sunarsi D., Rifuddin B. & Mujahidin (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks Di Wilayah Cianjur. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 2, No.4.
- Pambudi R. & Maddinsyah A., (2022). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mcdonald's Cabang Graha Raya Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 4, No. 2.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Sarwo E.W., Endang R, & Unggul J., (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*, Volume 4 No 1.
- Satrya M.A.R. & Telagawathi N.L.W.S., (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. Bisma: *Jurnal Manajemen*, Vol. 7 No. 2.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga. (2020). *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi STIE Binaniaga*. Bogor : Yayasan Binaniaga
- Selvi Ita, Sari., Purnama., & Mirza. (2017). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kendaraan Niaga Merk Hino. *Jurnal SWOT*. Vol VII (1)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, CV. Afabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Vol. Edisi 1). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tanuwijaya C. & Tannady H., (2019). Evaluasi Produk dan Pelayanan di Toko Buku Gramedia Emporium Pluit Mall Jakarta Utara Menggunakan *Service Quality*. *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI)*.

LAMPIRAN
Kuesioner Penelitian

Profil Responden

Mohon tandai jawaban menurut anda tepat pada tiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - 1) Laki – Laki ☐
 - 2) Perempuan ☐
3. Usia :
 - 1) < 20 tahun ☐
 - 2) 20 – 29 tahun ☐
 - 4) 30 - 39 tahun ☐
 - 5) > 40 tahun ☐
4. Tingkat Pendidikan
 - 1) SMA / Sederajat ☐
 - 2) Diploma I / II / III ☐
 - 3) S1/S2/S3 ☐
5. Pendapatan
 - 1) 1.000.000 – 3.000.000 ☐
 - 2) 3.000.000 – 5.000.000 ☐
 - 3) Diatas 5.000.000 ☐

Petunjuk Pengisian :

Mohon tandai jawaban yang paling tepat untuk tiap pernyataan berikut ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia dan yang menurut Bapak/Ibu tepat atau sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban, dengan skala penilaian :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-Ragu (RR)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

PERTANYAAN KUESIONER

No	Pernyataan	Pilihan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
STORE ATMOSPHERE						
Bagian Luar Toko (Store Exterior)						
1	Papan nama Gramedia terlihat jelas					
2	Papan nama Gramedia terlihat kokoh					
3	Papan nama Gramedia memiliki design yang menarik					
4	Pintu masuk memiliki ruang yang lebar sehingga memudahkan untuk berlalu lalang					
Bagian Dalam Toko (General Interior)						
5	Cat dinding interior yang serasi memberikan kesan tenang					
6	Lantai area toko yang bersih					
7	Pemilihan lagu yang membuat suasana tenang					

8	Suhu udara yang sesuai (tidak terlalu dingin dan tidak terlalu panas)					
9	Pencahayaan di dalam toko yang tidak gelap					
10	Aroma didalam toko wangi					
Tata letak (<i>Store Layout</i>)						
11	Rak buku yang tidak terlalu tinggi sehingga mudah untuk menggapainya					
12	Penempatan produk sesuai kategori serta kebutuhan					
13	Penempatan produk <i>best seller</i> di bagian yang mudah untuk dilihat					
14	Penempatan produk baru di bagian yang mudah untuk dilihat					
15	Area lorong yang luas sehingga memudahkan untuk berlalu lalang					
Papan Pengumuman (<i>Interior Display</i>)						
16	Sarana promosi yang terlihat jelas					
17	Sarana promosi memberikan informasi yang mudah dipahami					
18	Tanda-tanda petunjuk yang sudah terlihat dengan jelas					
19	Sarana promosi memiliki <i>design</i> yang menarik perhatian					
KUALITAS PELAYANAN						
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
1	Karyawan Gramedia Botani Square dapat memberikan layanan sesuai kebutuhan konsumen					

2	Karyawan Gramedia Botani Square dapat memberikan solusi untuk permasalahan konsumen terhadap Gramedia Botani Square					
3	Karyawan Gramedia Botani Square sigap dalam melayani konsumen					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
4	Karyawan Gramedia Botani Square memiliki kemampuan dalam menjelaskan suatu produk dengan baik					
5	Karyawan Gramedia Botani Square melayani dengan cepat					
6	Karyawan Gramedia Botani Square melayani dengan tepat					
7	Karyawan Gramedia Botani Square mampu memahami keinginan konsumen					
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
8	Gramedia Botani Square memberikan jaminan untuk barang yang rusak					
9	Gramedia Botani square memberikan jaminan untuk barang yang tidak sesuai dengan jumlah pembeliannya					
10	Gramedia Botani Square memberikan jaminan produk original					
11	Gramedia Botani Square memberikan jaminan produk dengan kualitas bagus					
12	Gramedia Botani Square memberikan jaminan aman saat bertransaksi					
Empati (<i>Empathy</i>)						

13	Karyawan Gramedia Botani Square memberikan pelayanan yang ramah pada setiap konsumen					
14	Karyawan Gramedia Botani Square memberikan sapaan kepada konsumen dengan jargon “salam inspirasi!”					
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
15	Karyawan Gramedia Botani Square berpenampilan rapi					
16	Kondisi ruangan yang bersih					
17	Kemudahan dalam bertransaksi					
KEPUTUSAN PEMBELIAN						
Kebutuhan						
1	Saya membeli produk di Gramedia Botani Square karena sesuai dengan kebutuhan					
2	Saya membeli produk di Gramedia Botani Square karena mudah ditemukan					
Manfaat Produk						
3	Produk di Gramedia Botani Square memiliki banyak manfaat untuk menunjang kehidupan saya					
4	Produk di Gramedai Botani Square membuat saya lebih tertarik untuk membaca					
Tepat Guna						
5	Melakukan pembelian produk di Gramedia Botani Square adalah keputusan yang tepat					
6	Gramedia Botani Square merupakan tempat yang tepat untuk mencari buku					

7	Gramedia Botani Square merupakan tempat yang tepat untuk mencari barang <i>stationary</i>					
Pembelian Berulang						
8	Saya akan datang ke Gramedia Botani Square untuk melakukan pembelian berulang karena kualitasnya yang baik					
9	Saya merasa cocok berbelanja buku di Gramedia Botani Square					
10	Saya merasa cocok berbelanja bahan <i>stationary</i> di Gramedia Botani Square					