

## DAFTAR PUSTAKA

- ABDURRAHMAN, A., & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224–231.  
<https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Ade Pratiwi, dalam Parasuraman, D. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Kualitas Produk , Dan Store Atmosphere Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Resto Ayam Presto Cabe Hijo Di Kota Stabat*. 9, 26–29.
- Adi, K. P. (2019). *Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Agasta, L. S., & Samboro, J. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Bosku Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 109–112.
- Ambarwati, E. P. (2012). *Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Konsumen Toyota Avanza Nasmoco Majapahit Kota Semarang )*. 7, 1–9.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (n.d.). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes*. 2(2), 204–219.
- Cahayani, C. O., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo

Shoes. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 208–222.

<https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.128>

Cahya, B. O., Reza, T. S., & Nurbaiti, D. (2021). The Influence of Store Atmosphere and Prices on Purchase Decisions Case Study at Identic Coffee Jakarta Pusat. *Majalah Ilmiah Bijak*, 18(2), 178–181.

<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/bijak/article/view/1770>

Djharuddin, D., Djufri, F., Ismail, A., Maburur, & Hardiyant, S. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tupperware Pada Pt . Dian Nugraha Sakti Di Makassar. *Jurnal Manajemen Dan Akutansnis*, 21(2), 25–32.

Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisis pengaruh store atmosphere, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di caturra espresso. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 404–418.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.

<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket “Kedai Yatim.” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 22–32. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066>

Fitria, A. D., & Sijabat, R. (2021). The Influence of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions through Prices at the Unnathi Pakubuwono Beauty Clinic Jakarta. ... *Research and Critics Institute (BIRCI-Journal ...)*, 13732–13747. <http://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/3457>

Fitrianda, M. I. (2013). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Moving Consumer Goods Fast Moving Consumer Goods Dengan Moderasi Store Atmosphere Store Atmosphere Di Alfamart Di Kota Jember (Studi .*

Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™S Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>

Hidayat, H. S., Nurlina, N., Kharismawaty, R., Wijaya, S., & Maddinsyah, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 89. <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14512>

Ii, B. A. B. (2018). *Bab ii kajian pustaka 2.1.* 10–41.

Kognisi, P. K., Risiko, P., Jenis, D. A. N., Bidori, F., Puspitowati, L. I. dan I., Wijaya, I. G. B., Alifah, U., Artikel, I., Paedagoria, S. N., Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., Thoudam, P., Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K.

M. B., Hussain, S. A., Witcher, B. J., ... alma. (2021). No

主観的健康感を中心とした在宅高齢者における

健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Industry and Higher*

*Education*, 3(1), 1689–1699.

[http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac  
e.uc.ac.id/handle/123456789/1288](http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac<br/>e.uc.ac.id/handle/123456789/1288)

LESTARI, P. B. A. & L. (2012). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko)

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt.Metro Abadi Sempurna

Semesta Pekanbaru. *Foreign Affairs*, 91(5), 1–58.

Lily Harlina; Kumadji Srikandi; Kusumawati, A. P. (2019). Pengaruh Store

Atmosphere Terhadap Keputusan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21–27.

Made, N., Pratiwi, I., Nyoman, N., & Yasa, K. (2019). the Effect of Store

Atmosphere, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decisions

on Consumers of the Alleyway Cafe. *European Journal of Management and*

*Marketing Studies* , 4(4), 85–100. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3592913>

Manajemen, J. I. (2020). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*. XI(3), 227–238.

Megawati, H. (2008). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan*

*Pembelian Konsumen Pada Butik Rumah Cinta*. 72–75.

<http://www.dlib.widyatama.ac.id/jspui/handle/10364/788>

Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi

Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of*

*Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.

<https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>

Nurjaya, N., Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021).

Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana

Motor Di Wilayah Cianjur. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 291.

<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11044>

Purnama, N. I. (2021). *THE INFLUENCE OF PRICE , PROMOTION AND*

*PRODUCT QUALITY ON SAMSUNG SMARTPHONE PURCHASE*

*DECISIONS IN UMSU STUDENTS*. 2, 522–532.

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.

<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9977>

Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk,

Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi

Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>

Said, I. A. F. A. (2016). Pengaruh Keragaman, Citra Merek, Dan Lokasi Terhadap

Keputusan Pembelian Batik Di Toko Apollo 1 Kelurahan Pajagalan

Kecamatan Kota Sumenep. *PERFORMANCE Bisnis & Akuntansi*, VI(1), 67–

85.

- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158.  
<https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Saputra, R., Khuzaini, & Azzahraty. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud Mega Toys Banjarmasin. 1–10.
- Septiano, R., & Sari, L. (2021). Determination of Consumer Value and Purchase Decisions: Analysis of Product Quality, Location, and Promotion. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 482–498.  
<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.834>
- Solihin, D. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A.

(2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 85–92.

Sugianto, L. O., Ardiana, T. E., & Wardhani, D. P. (2022). *THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ( Case Study on the ADIDAS Brand in Siman Ponorogo Sub-district ) 2 . Literatur Review Brand Image. 2022(1), 55–63.*

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.

Terhadap, M., Pembelian, K., & Fore, D. I. (2021). *1 , 2 1 , 2. 16(1), 53–62.*

Usmar Wicaksono, P. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25–32.

<https://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/200>

- Wulandari, R. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan. *Iqtishad*, 2(1), 68–70. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/553>
- Yulius, Y. (2020). *Strategi Pemasaran Umkm Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Untuk Menunjang Perekonomian Di Era Digital Pada Masa Pandemi*. 1, 8.