

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan pada toko sulawesi soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi*, 5(1), 49–56.
- Ahmad, A. S., & Ali, H. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran : Analisis Produk , Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148.
- Alam, H. B. A., & Purwanto, S. (2024). The Influence of Store Atmosphere , Perceived Price , and Customer Experience on Repurchase Intention at Niceso Rungkut Surabaya. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 3(8), 3649–3660.
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/eajmr/article/view/10312/10817>
- Amanatullah, F., Robustin, T. P., & Putri, N. L. I. (2024). Keputusan Pembelian pada MR. DIY Lumajang yang dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Harga dan Prom. *Jurnal Usaha*, 5(1), 94–106.
- Angelina, R. T., & Sanjaya, V. F. (2021). Analisis pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2), 1–8. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/bej/article/view/771/642>
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 10(3), 249–264.
- Fadillah, N., & Syahreza, D. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store atmosphere Terhadap Keputusan pembelian pada Toko Roti Ganda Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 334–343.
- Fauzi, M., & Sudrajat, A. (2024). The Role Of Price Involvement And Consumer Loyalty In Driving Repeat Purchase Interest : Case Studi Of D'sruput Unsika. *JurnalEconomicus*, 14(2), 91–100.
<https://ejournal.dewantara.ac.id/index.php/Economicus/article/view/20>
- Garaika, & Feriyan, W. (2018). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16(1), 21–27.
- Hagai, K., Destalia, M., & Aprilia, H. D. (2025). Mengapa konsumen memilih mr. diy? analisis empiris faktor harga, kualitas, pelayanan, dan ragam produk. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 8(2), 159–169.

- Hakim, L., Nanda, I., Bahtiar, Y., & Jasiah. (2021). Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan: Pemahaman, Penerapan Dan Efektifitas. *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis Utp Surakarta*, 1(1), 129–138.
- Imam, A., & Widio, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.
- Irona, V. Della, & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen : kualitas produk , harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 174–185.
- Jauza, B. A., & Suryawardani, B. (2026). The Influence of Store Atmosphere on Gen Z Visit Intention. *GOLDEN RATIO OF MARKETING AND APPLIED PSYCHOLOGY OF BUSINESS*, 6(1), 251–263.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education.
- Kristanto, D., Ipmawan, H., Kuncoro, A. W., Naryoto, P., Pakpahan, M., & Hendrawan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta). *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(2), 84–97.
- Lutfiani, I., Farisi, H., & Yuliana, A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Visual Merchandising, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Industri Retail Tiongkok di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 4(1), 74–88. <https://doi.org/10.59889/embiss.v4i1.282>
- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Purnamasari, R. A. (2024). Tabungan Dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen Dalam Mengelola Keuangan Di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 137–153.
- Luthfiah, N. L., Takwim, I., & Dzulfikar, I. (2023). Peran Citra Merek, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Management and Bussines*, 5(2), 1145–1157.
- Maharani, H. P., Medan, U. N., Aulia, J., Medan, U. N., Matondang, K. A., Medan, U. N., Geraldin, L., Simamora, B., & Medan, U. N. (2024). Pengaruh Diskon dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Permintaan Konsumen. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 54–62.
- Manurung, R. W., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Caffé Kebun Latte Di Ciater Tangerang Selatan. *Journal of Economic Academic*, 1(2), 255–266.

- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 477–490.
- Marsya, A., Musthofa, M. A., Nurjali, & Wandu. (2025). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Pisang “Merasa” Di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(1), 39–51.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1370–1385.
- Mauliana, T., & Sisdianto, E. (2024). Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Pemasaran Global : Membangun Reputasi Yang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 87–101.
- Mr.Diy.Indonesia. (n.d.). *MR. D.I.Y. is always reliable to fulfill Indonesian families' needs*. <https://corporate-id.mrdiy.com/?hl=en>
- Muhamad, N. F., Mahmud, M., Hafid, R., Ilato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Indomaret. *Journal Of Economic And Business Education*, 1(3), 158–175.
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *JBMA : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 165–177.
- Novitasari, D. A., & Mauludi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 962–975.
- Novanri, A. M., Alhafizh, Muhammad Abid, Pano, fajar R., P, A. S., & Jandra, M. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Membentuk Dan Mengelola Harapan Stakeholder. *Jurnal EL-Mudarris*, 1(2), 171–184.
- Novita, Y., Tarmizi, & Lidiana. (2024). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 32–44.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 6(1), 21–34.
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1),

108–122.

- Pradana, N. R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Respon Anak Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Keluarga Konsumen Toko Ritel Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 71–82.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Purwanti, E. (2011). Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Departemen store/Supermarket Di Salatiga. *Among Makarti: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–19.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga. *Literature Review Manajemen Pemasaran*, 2(4), 516–524.
- Putri, F. L., Rizky, D. A., Rizal, M. F., & Susanti, R. N. (2025). Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Mr. Diy Di Kota Kudus. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Bisnis*, 2(7), 947–957.
- Putri, S. I., Ainurrohman, S., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139–159.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7(2), 143–152.
- Rahayu, F., & Hasugian, L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Pada Executive Center Point Medan. *Jurnal Globa Manajemen*, 11(1), 52–63.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*, 2(1), 109–113.
- Rambulangi, A. C., & Palimbong, S. M. (2025). Pengaruh Kelengkapan Produk , Harga dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Mr . Diy Kabupaten Toraja Utara. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 4(2), 155–165.
- Rendelangi, A. B., Ode, L., & Manan, A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Journal Of Economic And Business*, 4(1), 60–71.
- Rengga, A., Juru, P., & Tonce, Y. (2023). Analisis Perbedaan Harga Jual Kakao Asalan

- Dan Kakao Sertifikasi Pada Pt. Celebes Makmur Abadi Maumere. *Projemen UNIPA*, 10(1), 50–60.
- Rodiah, R., Hijrani, A., Nayla, F., & Vientiany, D. (2024). Manajemen Pemasaran Dalam Organisasi. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(6), 732–743.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 259–269.
- Salim, A., & Fermayani, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Departement Store Padang. *Menara Ekonomi*, 7(3), 1–14.
- Sam, Y. K., Husna, H., Lubis, A., Dewi, R., & Mufti, W. (2023). Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 2(1), 35–48.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Psikoborneo*, 8(1), 147–155.
- Sembiring, S., Sari, R. K., & Budiastuti, D. R. (2024). Strategi Komunikasi Public Relations Ritel MR D . I . Y . Cibinong City Mall Cibinong. *Jurnal Cyber PR*, 4(2), 193–203.
- Setiawan, F., & Wijayanto, G. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Di Pusat Grosir Sukaramai Trade Center Pekanbaru. *Jurnal Economica*, 12(1), 113–122.
- Setiowati, N., & Farida, I. (2024). Economics and Digital Business Review Pengaruh Word Of Mouth , Persepsi Harga , Brand Image , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline di Kota Semarang. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Siregar, F. V. A., Hadian, A., Hidayat, T., Gami, E. R. P., & Rahmat, M. (2024). Pengaruh Brand Awereness, Brand Trust dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Regulator Gas. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 902–909
- Shafira, A., & Tuti, M. (2024). Keputusan Konsumen Dipengaruhi Oleh Diskon dan Ulasan Online. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 174–187. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

- Sirojuddin, A., Amirullah, K., Rofiq, M. H., & Kartiko, A. (2022). Peranan Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam Pacet Mojokerto. *Research And Tought Elementary School Of Islam Journal*, 3(1), 19–33.
- Siswanto, T., Hanita, K., & Arsana, I. N. (2022). Faktor – faktor yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. *Waisya: Jurnal Ekonomi*, 1(2), 72–85.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri*, 4(1), 26–37.
- Soviyana, K., Kamila, M., Sugiyono, N., & Adinugrah, H. H. (2022). Strategi pemasaran umkm produksi tahu desa batang dalam menghadapi persaingan antar pengusaha. *Journal of Social Work and Empowerment*, 2(1), 14–26.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukartaatmadja, I., Khim, S., & Lestari, M. N. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 21–40.
- Sulistiyawan, E., Istikhoroh, S., Lasiyono, U., Alam, W. Y., Miradji, M. A., & Prasetyo, A. (2024). Optimalisasi Manajemen Strategi Untuk Menjadikan UMKM Yang Unggul Dalam Persaingan Bisnis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 116–126.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Strategik*. ANDI.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 2(3), 181–194.
- Wirachmana, F., Sukomo, & Yustini, I. (2023). Pengaruh Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Duta Cling Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1–16.
- Yholanda, S., Purwanto, K., & Gusteti, Y. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen, Tata Letak (Layout), Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mr.DIY Koto Baru. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 5(1), 304–315. <https://www.journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/article/view/723>
- Yuliyanti, L. D., Pamungkas, M. A. S. B., Fauziyyah, T. M., & Aprianto, N. E. K. (2024). Dampak Kekuatan Pasar Dan Teknologi Informasi Terhadap Strategi Penetapan Harga Di Marketplace Shopee. *Merdeka Indonesia Journal International*, 4(2), 71–83.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08 / RW10 Srimur Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan ManajemenTeknologi*, 6(2), 324–333.