

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 13(4).
<https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/610>
- Angelina, R. T. (2021). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Anim, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip>
- Arianty, N. (2022). *Monograf Store Atmosphere*.
<https://umsupress.umsu.ac.id/product/monograf-store-atmosphere>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., & Ismail, R. S. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
<https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/560444-manajemen-pemasaran-7b0153ac.pdf>
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Performa*, 5(1), 17–25.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Chandra, D. T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

https://ibtpi.pelitaindonesia.ac.id/1.Artikel/86.Buku_Service_Quality_compressed.pdf

- Faizani, R. D. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baju Merek the Executive Pt Delami Garment Industries. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 157–168. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26234>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Sandova, A. S. E. F. (2020). *Pengaruh Promosi, Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(1), 20–24. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i1.616>
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237–245. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/index>
- Hismuddin, M. H., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Mahkota Gresik (Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Mahkota). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 9(10), 1–19. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6302>
- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 43–48. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i2.16865>
- Laili, I. I. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Product Display Terhadap Impulsive Buying*. 5(1), 70–80. <http://etheses.uin-malang.ac.id/67500/2/200501110119.pdf>
- Lumingkewas, E. M. C. (2023). Konsep Dasar Manajemen (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi). *Penerbit Tahta Media*, 1–75. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/484>
- Meutia, Z., Yanti, T. A., & Silitonga, S. N. (2025). Pengaruh Store Atmosphere dan

- Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Lotte Grosir. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 1020–1028. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3538>
- Mulyadi, D. (2020). *Buku Pengantar Manajemen*.
- Mumu, S. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Girian. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(1), 1–23. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/152>
- Muniarty, P., Verawaty, & Hasan, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. https://www.researchgate.net/publication/361885796_Manajemen_Pemasaran
- Nisa, K., Prasasti, K. B., & Akbar, T. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rocket Chicken Cabang Ngronggo Kota Kediri. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 3(4), 30–43. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v3i4.5589>
- Permatasari, D. D. (2024). Promosi, Pengaruh Terhadap, Kualitas Produk Pembelian, Keputusan Donald, Mc Kertoarjo, Manyar. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 13*. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/6085>
- Prayogi, A. I., Dewi, A., Saputra, W. S., Amrullah, E., Studi, P., Industri, T., & Sri, U. S. (2025). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mulia Barokah Fotocopy The Effect Of Price And Service Quality On Purchase Decisions At Mulia Barokah Fotocopy*. 4(1), 6545–6559. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn> Vol
- Pulungan, F. A., Saragih, L., & Damanik, E. O. P. (2023). Pengaruh Store Atmosphere. *Manajemen : Jurnal Ekonomi Usi*, 5(1), 35–46. <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/108>
- Putra, R. D. Y., Budiasih, Y., & Husnayetti. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains*

Dan Terapan, 2(2), 100–112. <https://doi.org/10.71312/mrbest.v3i1.270>

Rifa'i, M. (2020). *Manajemen Bisnis*.

Rosida, S., Rosanti, E. D., & Hulu, J. K. (2022). *Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian On-Line Mahasiswa STIE Unisadhuguna Di PT.Tokopedia*. 11(2), 192–203. <https://doi.org/10.52644/joeb.v11i2.89>

Rossa, A., Arief, & Sitinjak, T. J. R. (2022). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1132–1143. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>

Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.

Sasongko, R., Sasongko, R., Silaban, L. F., Pratama, P., & Khotimah, S. K. (2025). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald ' s. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 236–249. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.542>

Siatama, A., Dorthy, H., Sinaga, E., & Akbar, M. A. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian PT.Calispo Multi Utama Medan*. 4307(June), 381–387. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>

Sinaga, H. D. E. (2024). Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Sosmed Cafe. *Senashtek*, 313–320. <http://repository.eka-prasetya.ac.id/363/>

Sudana, I. K., Anggreini, N. L. P. Y., & Indrawan, I. P. E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan. 2613-9308, 22(2), 1–7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>

Sudirjo, F., Koynja, J. J., Yuniar, E., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). *Manajemen Pemasaran*.

Sugiyono. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap*. 1–9.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. *Widya Amrita*, 1(1), 144–163. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1162>

Suswati, Yanti, R. T., & Decision, P. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Mc.Donald's Kota Bengkulu*. 4, 180–188. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1>

Suwarto, Rohwiyati, & Giyono. (2022). Pengaruh Dimensi-Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Smoothing : Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(1), 1–9. <https://www.neliti.com/publications/528090>

Tenda, Y. J., Mukuan, J. A. F. K. D. D. S., & Jurusan. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 1–7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/40840/36536>

Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Pemasaran. In *Multi Pustaka Utama*. <https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/722>

Wafa, M. A., Amani, T., & Hidayati, R. S. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. SIP Soetta Probolinggo*. 2(2), 201–210. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i2.1592>

Widyanti, M. A. S., Hastuti, & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Dan Ekonomi Dan Bisnis*, 8(Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian), 1–4. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/622>

Yuliana, H. M., Rahayu, S., & Hariyanti. (2024). Pengaruh Dimensi Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Produk UMKM Di Batik EnzaSurakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 199–213. <http://e-journal.stie-aub.ac.id>

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelaian Nick Coffee Kota Bengkulu. *Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 ISSN:2407-3741*, 9(1), 7–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>

