

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2017). Pengaruh Suasana Toko dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). PENGARUH PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPISAE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(5).
- Assauri, S. (2015). *Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Depok: Radja Grafindo.
- Astutik, A. D., Pujiyanto, A., & Maduwinarti, A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(1).
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Clarissa, M. (2014). *Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Goro Assalam Hypermart*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media Partner.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: RadjaGrafindo Persada.
- Febriatmoko, A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Palapa Toserba Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4).
- Firdaus., & Zamzam,. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish
- Fitri, A., Taufik, M., & Jariah, A. (2018). *Pengaruh Suasana Toko, Keragaman Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi Karyawan Mustikatama Di Lumajang*. Paper presented at the Proceedings Progress Conference.

- Fure, F., Lopian, L., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado. *Jurnal Emba*, 3, 367.
- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). PENGARUH ATMOSFER TOKO, LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PLANET BAN MARGONDA RAYA, DEPOK. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1).
- 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). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(10).
- Kanserina, S. F., Andayani, S., & Mulyati, D. J. (2017). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 3(1).
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2018). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, W. S. (2020). *pengaruh store atmosphere, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada minimarket Doremi di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung)*.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono, H. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(4), 236-241.
- Maulana, N. L. (2018). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA YOMART SINDANGLAYA BANDUNG*. Universitas Widyatama.
- MULYADI, M. (2020). *PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR GENIO PADA SHOWROOM SABENA SIMPANG SURABAYA KOTA BANDA ACEH*.
- Mustofa, M. L. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Modern di Kec. Rembang (Studi Kasus di Desa di Toko Modern Kec. rembang).

- Prasetyo, R. A. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta*. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Pratiwi, K. I. & Mandala, K. (2015). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jejeq Ayu Boutique di Kuta. *E Jurnal Manajemen*, 4, 11.
- Radiyanto, R. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen Hayo Jaya*. Universitas Widyatama.
- RINANDA, N. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP IMPULSE BUYING DI TOKO KLINIK SELERA BANGKINANG DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Rozi, A. B., & Misnatun, M. (2020). Filsafat Pendidikan Islam Sunni-Madura (Studi Konsep Pendidikan Islam Masyarakat Sunni-Madura). *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 6(1), 16-49.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, F. R. R. (2020). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffee Shop di Kota Madiun*. IAIN Ponorogo.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Untuk Penelitian Yang bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstutif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian : Lengkap Praktis dan Mudah di Pahami*. Yogyakarta: Pustaka Batu Press.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi Tesis Disersasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen : Teori, Kuesioner, Alat, Dan Analisis Data*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Global : Konteks Offline Dan Online*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Toko Modern di Indonesia*. (2019). Badan Pusat Statistik
- Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Utami, C. W. (2015). *Manajemen Ritel : Strategi Pemasaran Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibisono, G. (2018). *ANALISIS PENGARUH MEREK, KELUHAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ULTRAJAYA DI SURABAYA DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. STIE MAHARDHIKA SURABAYA.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Yogis. (2013). *Kerangka Konseptual Penelitian*.

