

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).)
- An'nisa, V., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung Tahun 2016. *eProceedings of Applied Science*, 2(2).
- Azis, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Edel Weissoutdoor Lumajang.
- Azisyah, D. A. (2016). *Pengaruh Self Service Technology, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). *Analisa Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Caturra Espresso* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Dinda Kayani Putri Bestari SMB, M. M., & Yusuf Maulana Bahari SE, M. A. B. (2019). The influence of store atmosphere on repurchase interest in Indonesia: Study on the Takigawa Cafe Meatbar in the Sky. *Global Business And Management Research*, 11(1), 75-80.
- Dwi, S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Tepung Bumbu Bobe UD Bintang Jaya Utama Di Lumajang.
- Fatimah, S., & Ema, E. (2024). Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Bank Syariah Indonesia Dengan Digitalisasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(2), 74-88.
- Freepik. (2023). *Perilaku Konsumen: Pengertian, Manfaat, Faktor, Teori & Model*. <https://info.populix.co/articles/perilaku-konsumen>.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Ghozali, I. (2020). *Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.

- Handaruwati, I., & Iswanto, B. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Alat Listrik. *Jurnal Maritim*, 4(2), 178-188.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kristiana, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Latifa, N., Putri, I., & Hakim, I. (2023). *New Consumer Landscape : Sebuah Riset Perilaku Konsumen menuju Society 5.0*. 8(2), 347–355.
- Lestari, R. Y. I. D. E., & Bakti, M. H. S. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Design Product dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Mineral (Studi: Kantin Sekolah Menengah Atas Negeri di Kecamatan Lumajang).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Maretha, V., & Kuncoro, E. A. (2011). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah. *Binus Business Review*, 2(2), 979-991.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of marketing*, 64(3), 50-64.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of marketing*, 64(3), 50-64.)
- Mowen, J. C., Minor, M., & Salim, L. (2002). *Perilaku konsumen* (Vol. 10). Jakarta: Erlangga.
- Nofiauwaty, N., & Yuliandi, B. (2014). The effect of store atmosphere on consumer purchase decisions at Nyenyas Palembang Outlet. *Sriwijaya Journal of Management and Business*, 12(1), 55-73.)

- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Widya Gama Press.
- Paramita, R. wijayanti D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Azyan Mitra Media.
- Parasuraman, (2015). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.
- Philip Kotler, dalam buku John. C Mowen dan Michael Minor (2002) Perilaku Konsumen.
- Prastikasari, P., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Pengaruh Self-Service Technology Dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Generasi Milenial Dan Gen Z Mcdonald's Kota Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8462-8477.
- Purwanto, N., Budiyanto, B., & Suhermin, S. (2022). [P] THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace.
- Putri Dwita Utami, N. I. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Membeli Pada 9/11 Cafe & Concept Store* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati).
- Safi'i, Ahmad (2024) Pengaruh Harga, *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Galaxy Klapan Toserba Lumajang)
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Café Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73-80.
- Silaen, S. (2018). *Metode Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media.
- Sudaryono, (2016:102) (Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*. Andi Offset.)

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sudiarta, K. C. A. P., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Lingsir Bangli. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 393-402.
- Sugiyono (2018:86) dalam (Silvi, 2024) (Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.)
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 21-27.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65-78.
- Umama, S. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Maternal Disaster Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Malang Kucecwara) (Doctoral dissertation, STIE Malangkucecwara).
- Utami, D. W. T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Setia Kawan Stationery di Kabupaten Lumajang.