

DAFTAR PUSTAKA

- Abriansyah, & Herry, N. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 115–123.
- Alma. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. CV Alfabeta.
- Berman, & Evan. (2014). *Retail Management*. Prentice Hall.
- Dharmmesta, B. S. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Liberty (ed.); 2nd ed.).
- Ernanda, D. (2017a). *Pengaruh Store Atmosphere , Hedonic Motife dan Service Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (stesia) Surabaya*. 6.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasinya*. Alfabeta.
- Farizal, F., & Muhajirin. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Zam-Zam Kota Bima*. 1(3), 245–250.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (B. Nasution (ed.); Pertama). PT Inovasi Pratama Nasional.
- Hanapi, M., & Sriyanto, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari-April 2018)*. April.
- Hatmawan Andhita, & R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Hendryani, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Penanda Media Group.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus*. RajaGrafindo Persada.
- Kotler. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Indeks (ed.)).
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (15th ed.).

Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen* (14th ed.).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Airlangga.

Kurniawan, & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta.

Kurniawan, & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.

Lamb, C. W., & Hair, J. F. (2001). *Pemasaran* (Jilid 2). Salemba Empat.

Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social Marketing: Influencing Behavior for Good* (4th ed.). SAGE Publications.

Levy, M., Weitz, B., & Grewal, D. (2019). *Retailing Manajemen* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian pakaian PADA PASAR UMUM PASIRIAN LUMAJANG*. 01(1), 40–51.

Ma'aruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. gramedia pusaka utama.

Megawati Beddu, & Nurbakti, R. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Polo T- Shirt Pada PT. Kaos'Ta Sukses Mulia Kota Parepare. *Amsir Management Journal*, 2(2), 89–94. <https://doi.org/10.56341/amj.v2i2.73>

Megawati Beddu, Nurbakti, R., & Muin, S. A. R. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Polo T- Shirt Pada PT. Kaos'Ta Sukses Mulia Kota Parepare. *Amsir Management Journal*, 2(2), 89–94. <https://doi.org/10.56341/amj.v2i2.73>

Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan Spss*. Skripta Media Creative.

- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Paramita, & Rizal, N. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. WIDYA GAMA PRESS.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alfabeta.
- Priyatno. (2018). *Anaisis Data dengan SPSS: Aplikasi untuk Penelitian Sosial dan Bisnis* (3rd ed.). Andi.
- Rafli, L. V. A., & Nawangsih. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret*. 71, 71–78.
- Rafli, L. V. A., Nawangsih, & Ariyono, K. Y. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret*. 71, 71–78.
- Rendi Yanuar Ihrom, Deni Esti Lestari, M. H. S. B. (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)*. 1(September), 109–117.
- Rossanty, Y., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Sanggetang, & Widodo. (2019). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Customer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen* (M. p. Setiysawami, SH (ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardinata, & Muttaqien, F. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Maksih Roastery Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 72–75.
- Suhardinata, Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Maksih Roastery Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 72–75. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C72>
- Sunyoto. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data)*. Canter of Academic Publishing Service.
- Syahputra, D. E. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store*. 4(November).
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Bisnis*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis* (3rd ed.). Rajawali Pers.
- Umar, H. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wardana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4,0* (Mahir Pradana (ed.)). CV. Eureka Media Aksara.
- Widarjono. (2015). *Statistika Terapan Dengan & SPSS*. UPP STIM YKPN.
- Winmarsyah Gozali, A. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store*. 6.

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, MINAT BELI DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO AL FATIH DI
LUMAJANG**

