

DAFTAR PUSTAKA

- Rahman, Sari, Fitriani, Sugiarto, Abidin, Zainal, Irwanto, Nugroho, Priyo, Indriana, Ladjin, Haryanto, Amane, Ahmadin, & Alaslan. (2022). Metode Pengumpulan Data Sekunder. In *Asik Belajar* (Issue 10).
- Adom. (2018). *Theoretical and conceptual framework: Mandatory ingredients theoretical and conceptual framework: Mandatory ingredients engineering. International Journal of Scientific Research*, 7(1), 93-98. 7(1)(January), 93–98.
- Apriliana & Sukaris (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Armaniah, Marthanti, & Yusuf. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747. <https://bmspeed7.com>
- Aryatiningrum., & Insyirah. (2020). Pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p946-953>
- Azis (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Berman & Chatterjee. (2016). Retail Management. In *Retailing Principles*. <https://doi.org/10.5040/9781501304125.part-004>
- Chandra. (2016). *Service, quality and satisfaction* (4th ed.). CV Andi Offset.
- Dahmiri & Bhayangkari. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere*, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i1.177>
- Pasaribu (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 156–167. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23740>
- Sari (2018). PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, BONUS PACK, DAN IN-STORE

DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA GIANT EKSTRA BANJAR. *JURNAL SAINS MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 2.
<https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk/article/view/5065>

Paramita. Rizal & Sulistyan. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*.

Paramita. Rizal & Sulistyan. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). WIDYA GAMA PRESS.

Mulyani (2021). metodologi penelitian. In *Widina Bhakti Persada Bandung* (Vol. 11, Issue 1). Widina Bhakti Persada Bandung.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Emya, Ginting, Nasution, Simanungkalit, & Surbakti.. (2024). *Pengaruh Potongan Harga , Kualitas Pelayanan dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek google play store maupun app store . presepsinya (kinerja atau hasil) dibandingkan dengan harapannya . Konsumen dapat mengalami penting karen*. 2(4).

Fahimah, Fauzi., & Hidayat. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 28(2), 1–10. www.designerior.com*

Febriani, & Fadili. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(3), 368. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10100*

Flirah (2017). Analisis Hubungan Persepsi *Store Atmosphere* dengan Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Bisnis Corporate* (Vol. 2, Issue 2, pp. 85–91).

Gunandi & Kismiantini. (2023). Penerapan Analisis Jalur Pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Indonesia. *Jurnal Statistika Dan Sains Data, 1*, 20–39.

Heryana (2020). Hipotesis Penelitian. *Eureka Pendidikan, June, 1. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927*

Iba & Wardhana. (2023). *Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, & Hipotesis* (Issue July).

- Ibrahim & Thawil (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis(JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Siregar. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenada Media.
- Ismanto (2020a). *Manajemen Pemasaran*. UNPAM PRESS.
- Ismanto (2020b). *Manajemen Pemasaran*. UNPAM PRESS., 2020.
- Jaelani, Purba,Damanik.(2022). Pengaruh Potongan Harga (*Price Discount*) dan In Store Display terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Rizky Net Bandar Masilam). *Jurnal Management and Business Progress*, 1, 27–35.
- Keller. (2016). *manajemen pemasaran* (S. Wall (ed.); 15th ed.). pearson education limited 2016.
- Kotler & Armstrong. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson, 1–21.
- Kotler. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lemeshow, & Ferketich. (2020). Simple Random Sampling. *Polling America: An Encyclopedia of Public Opinion, Second Edition: Volumes 1-2, December*, 661–664. <https://doi.org/10.4324/9780203128640-6>
- Lestari (2018). Pengaruh *Price Discount* dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129. <https://doi.org/10.30588/jmp.v7i2.362>
- Levy (2014). *Retailing Management*. McGraw-Hill.
- Widyawati. (2020). Pengaruh *Price Discount* , *Bonus Pack* , Dan *in Store Display Terhadap Impulse* PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, DAN IN STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING (PADA KONSUMEN INDOMARET SIDOARJO) *LiaBuying (Pada Konsumen Indomaret Sidoarjo)* (Issue 2021, pp. 1–21).
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Susianti (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18.

- Putri & Sudaryanto. (2022). ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN DAYA TARIK IKLAN PADA APLIKASI E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol 11, No(2021), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rinaldi. (2022). *PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. 16(1), 1–23.
- Paludi & Nurchorimah. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 426. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.750>
- Pasigai. (2022). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Pendi (2021). Analisis Regresi Dengan Metode Komponen Utama Dalam Mengatasi Masalah Multikolinearitas. *Bimaster : Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 10(1), 131–138.
- Kotler. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). pearson education.
- Kotler (2016). *Marketing Management Always learning Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler. (2021). *Marketing Management, Global Edition* (16th ed.). Pearson Higher Ed, 2021.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, Cv. <https://scholar.google.com/citations?user=MGOs5rkAAAAJ&hl=en&oi=sra>
- Purnomo. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Journal of Multimedia* 16, 133. <https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Cafe-Atmosphere-terhadap-Keputusan-Gen-Y>
- Putri, Novitasari, Yuwono. & Asbari. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Buana Informatika Cbi*, 6(1), 037–043. <https://doi.org/10.53918/jbicbi.v6i1.48>
- Ramadhan, & Mahargiono. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Store*

- Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Rijali, & Rahmawati (2022). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>
- Rochman (2021). *PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pakuan Angkatan 2017)*.
- Rqdog. & Sembiring, (2014). *Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 15(1), 1–10.
- Samsiyah , & Ariprowo. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Minimarket Alfamidi Taman Pondok Jati Sidoarjo. *Manajerial*, 8(03), 239. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i03.2434>
- Samuel & Ramadhan (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan *Price Discount* Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffe (Studi Kasus Starbucks Coffee Green Pramuka). *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan ...*, 8(4), 5041–5049.
- Sanaky. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra & Sukardi (2020). Analisis Pengaruh Variabel *Store Atmosphere* (Suasana Toko) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 8(1), 99. <https://doi.org/10.12928/fokus.v8i1.1584>
- Sari & Nurkasanah. (2021). *PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN INDOMARET*. *VALUE*, 2, 67–73. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.183>
- Sari, & Nurkasanah. (2021). Pengaruh *Price Discount* Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret. *Value*, 2(1), 67–73. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.183>
- Saripudin, Oktriawan, & Kurniasih. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>

- Sembiring, Sitepu, & Ginting. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA REDDOORZ NEAR MIKIE HOLIDAY BERASTAGI*. 1(12), 2439–2450.
- Setiyani. (2022). *PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSPHERE CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 11(1).
- Ravitch. (2016). *Reason & Rigor: How Conceptual Frameworks Guide Research* (2nd ed.). SAGE Publications, 2016.
- Siswati, Iradawaty, & Imamah (2024). *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN IPMLEMENTASINYA PADA PERUSAHAAN KECIL* (Eri Setiawan (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA. [http://eprints.ubhara.ac.id/2380/2/24-02-39-EBOOK-Customer Relationship Management.pdf](http://eprints.ubhara.ac.id/2380/2/24-02-39-EBOOK-Customer%20Relationship%20Management.pdf)
- Slamet, & Aglis. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish* (p. 373).
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sukwika. (2023). Menentukan Populasi dan Sampling. In *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT”* (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Sumarsid, & Paryanti. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/mpu.v12i1.867>
- Surti, & Anggraeni. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>
- Sutoyo, & Qammaddin. (2023). Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna. *Justek : Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(3), 345–355. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/justek/article/view/17160>
- Tambunan, Zebua, & Lubis. (2023). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, Harga Dan Pemberian Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet @N-Kom Net). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 642–649. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1099>

- Tampanguma, & Walangitan. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.
- Ismail, & Yusuf, (2021). PENGARUHKUALITAS-PELAYANANTERHADAPKEPUASAN PELANGGANKAN-TORINDIHOMEGEGERKALONG DI KOTABANDUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 415.
- Trochim, Donnelly., & Arora. (2016). *Research Methods: The Essential Knowledge Base*.
- Utami (2017). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Veronica. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Wardhana , & Sitohang. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–19.
- Wijaya, & Hasanah. (2018). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16–25.
- Yanuar, Qomariah, , & Santoso. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *J. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.